revista del
consumidor

UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR ENERO DE 1979 DIEZ PESOS

No. 23

Estudio Comparativo: Pastelillos Industrializados

Autos usados: para que no lo engañen en su compra

Recomendaciones para ahorrar agua

El negocio de los malos espíritus

¿Qué es el aerobismo?

Si usted pudo disfrutar del Fin de Año
sin la preocupación
de haber gastado de más...

Si pensó en sus regalos como muestras
de afecto, y obsequió
presentes útiles y necesarios...

Si con el juguete
regaló parte de su tiempo...

Si guardó su nota de compra
para hacer valer su garantía...

Y si tuvo en cuenta que
el aprecio no se demuestra
con el precio...

Entonces usted
se regaló a sí mismo un buen
principio de año.

FELICIDADES EN 1979

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

EDITORIAL

En toda familia donde existen niños, los pastelillos industrializados se han convertido ya en "personajes" conocidos.

Y es que, sin lugar a dudas, la abundante publicidad y el bien planificado sistema de comercialización con que cuentan estos productos, han elevado su consumo a cifras asombrosas.

Sin embargo, ¿usted se ha detenido alguna vez a pensar cuál es el verdadero valor alimenticio de estos "antojitos"? El estudio comparativo que publicamos en este número responde a ésta y otras interrogantes. De allí surgen significativas conclusiones, destinadas a proteger la salud de sus hijos... tanto como su presupuesto.

Y ya que se habla del presupuesto, enero es un buen momento para reflexionar sobre las compras hechas en diciembre; si ha surgido algún problema con ellas, todavía está a tiempo de hacer reclamaciones. Nuestro artículo sobre el tema lo orientará sobre cómo efectuarlas.

Claro que es mejor asegurarse antes, que reclamar después. Por eso le conviene leer los "tips" sobre la compra de camisas y de un auto usado.

Por último, hay algo que no se compra en las tiendas, pero sí se despilfarra: el agua. También en esta edición podrá encontrar todos los consejos indispensables para ahorrarla.

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F. Tel: 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales por TALLERES ROTOGRAFICOS ZARAGOZA, S.A. en calle 3 No. 4 Naucalpan de Juárez, Edo. de México Tel: 576-29-00 con 5 líneas.Tipografías por Multiservicios Publicitarios, Ave. Universidad No. 1499 México 21, D.F. Tels: 524-96-12 y 524-09-20. Distribuida por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor. No se autorizará el uso de ninguno de los materiales que aparecen en esta publicación para fines publicitarios o comerciales. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales. Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas ilustradas, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, según oficio No. 504-1081, del 19 de octubre de 1976. Registrada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos mediante oficio No. 6339, expediente No. 091.70-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL
PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Lic. Adolfo Lugo Verduzco

VOCALES
SUBDIRECTOR DE ORIENTACION Y DIFUSION DEL INCO
Lic. Sergio Valdez Padilla

SUBDIRECTOR TECNICO DEL INCO
Lic. Guillermo Wilkins Ch.

SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO DEL INCO
Lic. José Luis Turueño R.

JEFE DE PRENSA Y RELACIONES PUBLICAS DEL INCO
Dr. Alfredo Nolasco C.

EDITOR
Lic. Valentín D. Ferrat
JEFE DE REDACCION
Norma Sinay
ASISTENTE EDITORIAL
Susana Rodríguez
JEFE DE PRODUCCION EDITORIAL
Alexandra Anchondo G.
REDACCION
Raúl Carbonell
Sergio Jácome
JEFE DE ARTE Y DISEÑO
Francisco Estebanez
ILUSTRACION Y MAQUETEO
Augusto Apón
Ricardo Baeza
Audomaro Herrera
CORRECTOR DE ESTILO
Francisco Javier Jiménez Brito
COORDINADOR DE MEDIOS
Lic. Víctor Manuel González R.
CIRCULACION
Rubén de la Mora
COORDINADOR DEL DEPARTAMENTO TECNICO DEL INCO
Carlos Cárdenas
FOTOGRAFIA
Citlali Rovirosa Madrazo

Precios	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.60
Suscripción anual (12 números)	$ 100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.90

INDICE

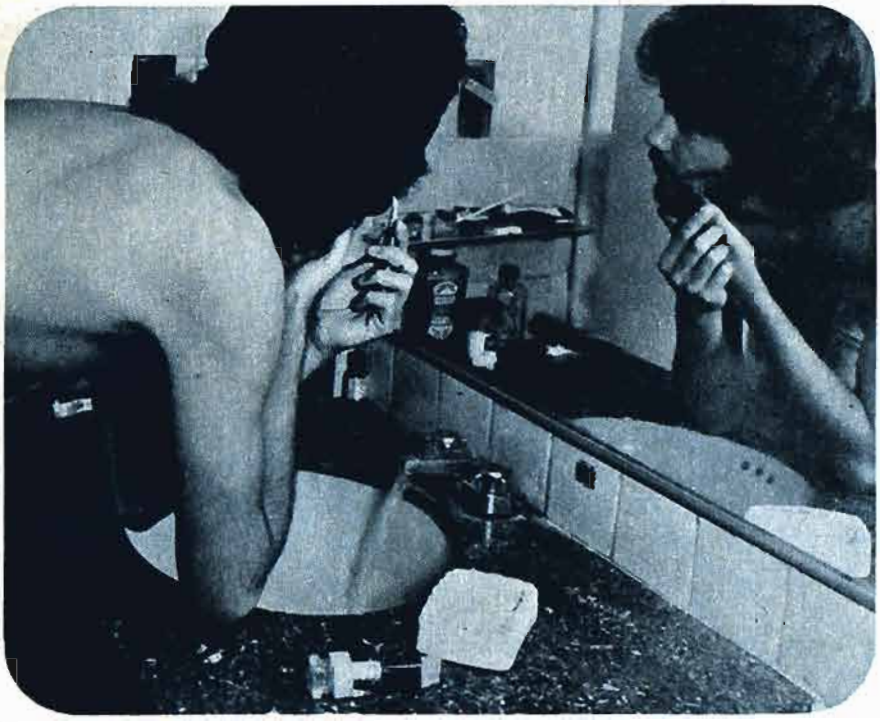
Editorial	1
Sumario	3
Contra la salud, el bolsillo y... el sentido común	5
Si va a comprar un auto usado... no se precipite	9
La pintura: un arte caro	13
Aerobismo: una forma de sobrevivir en la ciudad	15
El negocio de los malos espíritus	19
Cómo comprar camisas	23
¿Cómo que ya subió de precio?	25
"Por un mejor uso del salario": Senador Ramiro Ruiz Madero	26
El desperdicio de agua	28
El desconocido valor de las semillas	34
Para cumplir con los derechos del niño	37
Con sumo cuidado	40
Aún es tiempo de hacer devoluciones	42
El Consumidor en el mundo	44
Hágalo usted mismo	46
Correspondencia	48

LA REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre. Precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

Correspondencia y suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D.F.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza la reproducción total o parcial de los textos incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

SUMARIO



DESPILFARRO DE AGUA Pág. 28
Recomendaciones concretas para que su dinero no se escape por la llave.

AUTOS USADOS Pág. 9
Son más baratos que los autos nuevos, pero su compra exige tomar precauciones.

EL NEGOCIO DE LOS MALOS ESPIRITUS Pág. 19
Desde amuletos hasta polvos y sprays milagrosos, un comercio que crece: el de las supersticiones.

PASTELILLOS INDUSTRIALIZADOS Pág. 4
Un consumo superfluo, que no beneficia a la salud y perjudica a su bolsillo. Descubra por qué.

AEROBISMO Pág. 15
Todo lo que hay que saber para una práctica tan saludable como barata. Conózcala.

TWINKY
WONDER
PINGUINOS
TWINKY
WONDER
PINGUINOS
Rollo
CHOCO
ROLLS

Contra la salud, el bolsillo y... el sentido común

Dentro de la bien llamada sociedad de consumo existen dos fenómenos que constituyen claves del éxito: abundante e ingeniosa publicidad y un ajustado sistema de distribución y comercialización. El producto que cubra satisfactoriamente tales requisitos asegurará buenas ganancias, no importa cuál sea su utilidad real, ni su calidad, ni —en última instancia— la capacidad adquisitiva del mercado. Puede tratarse de una población consumidora de escaso poder adquisitivo y que, además, no necesite ese producto, y éste puede incluso ser nocivo para la salud; pero si hay publicidad eficaz y buenos canales de distribución y venta, ese producto ganará su puesto en el mercado. A costa de la economía y de la salud de los consumidores, por cierto. Pero esta cuestión no siempre interesa a quien hace el negocio. Y todo esto viene muy al caso en relación con Gansito, Submarinos, Tuinky, Chocolín y demás personajes de la conocida familia de los pastelillos industrializados.

La producción y venta de los panecillos industrializados han subido espectacularmente, al punto que cuadruplican la tasa de crecimiento anual de nuestra población. Curiosamente, no se trata de un ramo en el que compitan muchas empresas; antes bien, y aunque el hecho que existan numerosas marcas (actualmente son ocho) puede aparentarlo, en realidad se registra una alta concentración. Sólo dos firmas se reparten la totalidad del mercado:

— **Bimbo-Marinela, S.A.**, de capital mexicano, que produce las marcas **Gansito, Submarinos, Pingüinos, Choco-roles, Rollo** y **Negrito.**

— **Continental de Alimentos, S.A. (Wonder)**, cuyo capital es mixto y que produce las marcas **Tuinky Wonder** y **Chocolín.**

El valor del mercado de estos productos ofrece cifras elocuentes. En el caso de la **Bimbo** supera los 1,000 millones de pesos, con una producción anual aproximada de 198 millones de kilos. En cuanto a la **Wonder** —de presencia más reciente—, su valor de mercado es de 100 millones de pesos y su producción alcanza los seis millones de kilos.

¿Qué quiere decir este extraordinario volumen? Un estudio del Instituto Nacional del Consumidor demostró que los compradores de estos productos están masivamente concentrados en los sectores de ingresos medios y bajos, particularmente en este último; considerando ambos en conjunto, cubren el 85 por ciento del consumo total. A su vez, el sector de la población que más consume es el infantil, que alcanza al 50 por ciento, la mitad del cual corresponde a niños de dos a cinco años de edad, con un promedio que oscila entre tres y seis pastelillos por semana cada uno.

Dado que se trata de niños, resulta obvio que los adultos también participan en la decisión de compra, aunque sólo sea dándoles el dinero para comprar sus "antojitos". Por otra parte, una encuesta puntualizó que gran parte de los padres compran pastelillos para sus hijos en busca de un alimento nutritivo que, muchas veces, es ofrecido en reemplazo de una comida

—generalmente por la noche—; pero la mayoría lo hace en función del insistente pedido de sus hijos, pedido que a su vez, reconoce dos orígenes: a) la publicidad, especialmente la televisiva; b) el hecho de que lo consuman los demás amiguitos.

El poder de la publicidad

Antes de analizar el verdadero alcance nutricional de los pastelillos, conviene detenerse en el aspecto publicitario. Y a este respecto es útil recordar que en las leyes de la sociedad de consumo, los niños constituyen lo que se denomina un **"mercado cautivo"**, es decir, interiorizan el gusto por el producto a muy temprana edad y una vez adquirido el hábito —verdaderamente irrefrenable— dependen del dinero que les den sus padres para poder comprarlo. En este caso, además, el problema adquiere contornos peculiares porque el mayor nivel de consumo se registra en los estratos de más escasa capacidad adquisitiva.

Claro, la publicidad (sus responsables) conoce ambos datos, y entonces sus mensajes están dirigidos a los sectores más humildes y a la población infantil a través de revistas como **Archie, Pato Donald, Periquita, Bugs Bunny, Porky,** etc., por medio de la radio y, en especial, de la televisión, con el empleo de personajes líderes de la opinión infantil.

En realidad la **Wonder,** que se encuentra en una etapa promocional, está realizando campañas de tipo institucional y acompaña muñequitos armables dentro de cada paquete de Tuinky. Pero la **Bimbo** pone en acción todos los recursos, de los cuales destacamos algunos detalles:

● **Pingüinos.** Para este producto utilizan la figura de **Capulina,** ampliamente conocida por el público infantil. El **slogan** principal es "date un premio nomás porque sí", que junto a las imágenes que lo animan y por encima de su aparente trivialidad tiende a estimular el consumo del producto a cualquier hora del día y "porque sí", por antojo. Además, su sentido nocivo se acentúa por el uso de abominables formas que desnaturalizan el lenguaje, trabando correlativamente el desarrollo intelectual del niño.

● **Submarinos.** También se apoya en figuras muy conocidas, como el **Chavo del Ocho,** y al resaltar presuntos atributos del producto, por ejemplo diciendo que "son esponjaditos", incurren en disparates tales como: "están llenos de relleno". El propósito en todos los casos es destacar el sabor agradable.

Los mismos elementos aparecen también en **Gansito** y en **Rollo.** El objetivo básico es presentarlos como una diversión y como algo que proporciona bienestar, que puede (y debe) ser consumido a toda hora.

Por lo general —así quedó comprobado— los consumidores infantiles y los mayores que reciben la publicidad recuerdan como mensaje principal las referencias al sabor y a características externas: esponjaditos, rellenos, etc. Es decir, aspectos que inducen al consumo sin otra razón que el consumo mismo. El público suele identificar su bienestar y felicidad con el consumo de una determinada marca de pastelillo (lo cual vale para cualquier producto, por cierto). Además, ello también está asociado a la obtención de un **status** de competencia: los niños no quieren ser menos que sus compañeros que compran pastelillos.

Por qué se compran

La publicidad televisiva es, en efecto, la primera gran causa de compra por pedido de los niños. Los argumentos muestran nítidamente aquel origen: "Porque el **Chavo del Ocho** dijo que eran buenos", "porque tienen estampitas o muñequitos", "porque los recomienda Capulina". No los piden porque tengan hambre, sino inducidos por la publicidad. Y no sólo los niños obedecen a los mensajes televisivos, es fre-

MAS CAROS

También en cuanto al precio, queda claro en el siguiente cuadro que los pastelillos resultan más caros que el pan.

	Bolillo	Pan de caja	Pan de centeno	Pan Integral	Pan Negro	Bizcocho	Pastelillo
Precio promedio por 100 g del producto	0.70	1.25	2.00	1.45	1.70	2.35	4.60

MENOS NUTRITIVOS QUE EL PAN

El siguiente cuadro comparativo permite apreciar el escaso valor nutritivo de los pastelillos en relación con el pan. La medida utilizada fue de 100 gramos.

Nutrientes	Bolillo	Pan de caja	Pan de Centeno	Pan Integral	Pan Negro	Bizcochos	Pastelillos
Proteínas	8.4	6.9	8.6	8.1	8.0	9.1	3.9
Grasas	0.3	2.6	0.5	0.6	2.1	11.6	14.0
Carbohidratos	62.1	55.1	54.0	54.0	58.3	60.8	64.6

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICION

cuente que también los padres lo hagan; ya sea para compensar el buen comportamiento de sus hijos, ya sea dándoselos como "tente en pie" o como cena, atribuyéndoles un alto valor nutritivo. Este conjunto de "razones" representa el 94 por ciento del consumo.

Ahora bien, tal como señalamos al principio, los dispositivos publicitarios se complementan con los canales de distribución, los que en el caso de los pastelillos registran una eficacia notable. Según informaciones proporcionadas por los productores, el 87 por ciento se distribuye a tiendas de abarrotes, misceláneas y estanquillos, el 10 por ciento a tiendas de autoservicio, y el tres restante va directamente a colegios, cafeterías, etc.

Las tiendas de abarrotes, misceláneas y estanquillos ofrecen el surtido completo y constituyen los principales puntos de venta; en ellos se provee el 71 por ciento de la población consumidora, dato que corrobora la afirmación anterior en el sentido de que los principales compradores se localizan en los estratos de menores ingresos. Un 18 por ciento los adquiere en tiendas de autoservicio (Aurrerá, Blanco, Comercial Mexicana, Conasupo, De Todo, Gigante, Sumesa y el Sardinero son las que más venden). El seis por ciento lo hace en las escuelas y el resto en farmacias y otros establecimientos.

En rigor, la red de distribución cubre prácticamente todos los puntos de venta, incluyendo los estanquillos de condiciones más humildes y pequeñas tiendas de los rincones más apartados; el 99 por ciento de los consumidores encuentra con absoluta comodidad el producto, permitiendo que el consumo anual por persona alcance la increíble cantidad de 156 pastelillos.

Y si estas cifras se relacionan con el gasto que originan, será más fácil advertir el nivel de incidencia de este consumo superfluo en la economía popular. En efecto. **Con el consumo promedio señalado, al mes significa una erogación de aproximadamente 100 pesos, es decir, una suma casi equivalente al jornal del salario mínimo, estrato que corresponde a la mayoría de los consumidores de pastelillos.**

No alimentan

Casi las tres cuartas partes de los compradores están convencidos de que los pastelillos constituyen un excelente alimento para sus hijos, razón por la cual muchos no se los dan sólo como golosina sino también —y fundamentalmente— porque entienden que de ese modo "comen algo nutritivo". Y lo hacen aunque casi todos reconocen que son más caros que el pan.

Sin embargo, el Instituto Nacional de la Nutrición (INN) ha llegado a conclusiones muy diferentes. El departamiento de Fisiología de la Nutrición y Tecnología de los Alimentos sostiene que su valor nutritivo es sumamente bajo y que algunos de ellos no contienen ni la mitad de las proteínas del pan, además de que emplean grasas saturadas que se han asociado a varios tipos de padecimientos. Añade el INN que los pastelillos tienen aditivos químicos, con el propósito de conservar su aspecto y evitar el crecimiento de microorganis-

Tiendas de abarrotes: en el surtido está la tentación

Los niños: presa fácil de una publicidad abusiva

mos, y sus envases carecen de indicación clara de las fechas de elaboración y caducidad. Por último —y luego de otras consideraciones, también críticas, que incluyen el señalamiento de una propaganda que distorsiona el gusto hacia el consumo de productos dulces y, además, suntuarios en busca de la falsa idea del prestigio— el informe del INN concluye reclamando que se procure mejorar la calidad nutritiva de los pastelillos, pues con frecuencia sustituyen a otros alimentos de menor precio y mayor valor nutritivo.

El principal nutriente que proporcionan los pastelillos son los carbohidratos —cerca del 60 por ciento—, pero a un precio mucho mayor que el proveniente de cereales, azúcares o harinas. Su aporte proteico es considerablemente bajo, de aproximadamente un tres por ciento, mientras que el pan significa del seis al ocho por ciento. Es decir, se trata de un consumo desbalanceado; suministran carbohidratos pero poco o nada de proteínas, vitaminas y minerales, que tienen una incidencia directa sobre los factores de crecimiento y reparación biológica y, a la vez, sobre el desarrollo intelectual.

RECOMENDACIONES A LAS AUTORIDADES

- Realizar estudios más profundos sobre el tipo de grasas y el tipo de aditivos que se agregan a estos productos para conservarlos (pueden ser nocivos para la salud).
- Tanto respecto de la elaboración como de la publicidad, disponer el reglamento y las normas correspondientes.
- Determinar que se anote en el etiquetado la fecha de caducidad de estos productos.

RECOMENDACIONES A LOS CONSUMIDORES

- No sustituya los alimentos nutritivos por pastelillos y golosinas. Proporcione a sus hijos "antojitos" con proteínas: tortas de jamón, leche, jugos, frutas, etc.
- Compare precios y compruebe que el gasto en pastelillos no reporta ningún beneficio, ni para la salud de sus hijos, ni para su bolsillo.
- Consulte con el INCO las dudas que tenga sobre el valor nutricional de estos productos.

Por otro lado, el mencionado relleno cremoso no está elaborado con leche sino con aceite de coco hidrogenado, y la cubierta "de chocolate" está compuesta en realidad por un mínimo de cocoa, para darle color a chocolate, en tanto que el sabor está logrado mediante ingredientes químicos sintéticos.

En relación con el pan —cuyo valor nutricional es mayor, como vimos— el pastelillo industrializado es más caro: un 85 por ciento más que el bolillo, un 37 que el pan de caja, un 69 que el pan integral, un 63 que el pan negro, un 57 que el de centeno y un 49 con el bizcocho, que es el de mayor precio.

En síntesis, entonces, el consumo de los pastelillos industrializados resulta perjudicial, por varias razones. Son nutricionalmente pobres, están insertos en una línea de propaganda que manipula el gusto de la población infantil, constituyen un gasto superfluo que afecta en considerable proporción a los estratos más humildes. Frente a todo ello, cabe una pregunta: ¿podremos, alguna vez, neutralizar los nocivos mecanismos de la sociedad de consumo? Porque el caso de los pastelillos es simplemente un ejemplo...

Si va a comprar auto usado... no se precipite

Cada día cuesta más dinero comprar un auto usado; por eso es necesario actuar cuidadosamente antes de adquirirlo.

Para todo aquel que no puede darse el lujo de comprar un auto nuevo, pero que sin embargo necesita un vehículo para transportarse, la compra del automóvil usado es un problema.

Por principio de cuentas surge la duda... ¿comprar en un lote, a un particular o en las concentraciones automotrices?

Antes de tomar una decisión en la que se arriesgan varios miles de pesos, conviene considerar ciertas precauciones.

La compra de particular a particular suele ser la más ventajosa, cuando menos en lo que a precio se refiere, pero hay algunos inconvenientes que no se deben perder de vista.

Una de las desventajas al comprar a un particular es que, una vez cerrado el trato, éste no responde de nada; pero el principal riesgo que se corre es el de toparse con falsos particulares que en el garage de su casa o en la vía pública hacen su negocio de compra y venta de autos usados.

"Se han dado casos —señala el señor Ismael Pérez Ramírez, Presidente de la Asociación de Comerciantes de Autos Usados— **en que una persona llega a donde un anuncio señala que venden un automóvil y se encuentra con tres o cuatro. Ese vendedor definitivamente no es un particular, sino un comerciante que no paga impuestos, que no responde de sus operaciones y que en algunos casos entrega documentos de agencias distribuidoras que no existen".**

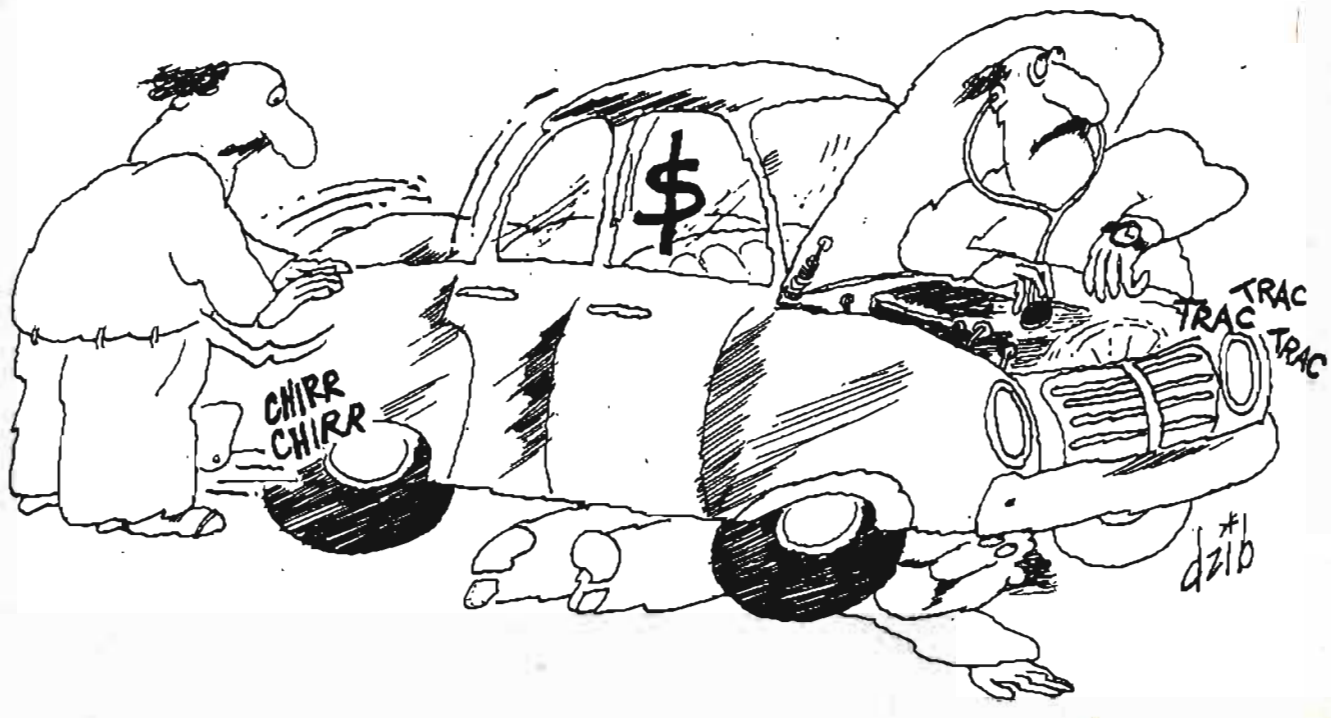
"El problema —continúa el señor Pérez Ramírez— **empieza cuando el comprador acude al Registro Federal de Automóviles para hacer el cambio de propietario y se encuentra con que le detienen el carro, ya sea porque es robado, está ilícitamente en el país o no se ha terminado de pagar a la auténtica agencia que lo vendió".**

La manera en que trabajan estos falsos particulares es a través de los anuncios clasificados de los periódicos.

Una experiencia: en el "Aviso de Ocasión" encontramos que en los mismo teléfonos (5-16-75-10, 5-16-35-31 y 5-16-31-31) dan informes de un Chevrolet, un Galaxie, un Mustang y un Rambler; teléfonos que supuestamente son de particulares. Al llamar y preguntar si es un lote nos responden que no, **"es un taller y un cliente nos encargó que vendiéramos su coche".** Algunas semanas después volvimos a llamar y al pedir informes sobre el coche que venden nos preguntan cuál; respondemos vagamente que sobre el Ford y ahora la pregunta es **"¿el Galaxie o el Mustang?".** Preguntamos si es un lote; **"no** —responden— **es un taller y a veces algunos clientes nos piden que vendamos sus coches, pero es particular".**

En el "Aviso de Ocasión" del 1o. de diciembre informan de un Caprice, un Malibú y un Caribe en el 5-35-18-57; al llamar nos dicen que son particulares. Y así hay muchos otros casos en que supuestos particulares venden dos, tres o hasta más vehículos.

Otra opción es acudir a las concentraciones automotrices de los autocinemas Lindavista y Satélite, pero allí tampoco desaparece el riesgo. En una visita que hicimos al autocinema Satélite observamos que aproximadamente el 70 por ciento de los vendedores no pone su nombre en la cartulina donde debe figurar lo si-



guiente: la marca, el modelo, el kilometraje, el nombre del propietario y observaciones. Por supuesto, en ningún momento muestran la factura y mucho menos se identifican. Según explica el señor Pérez Ramírez, en esos lugares hay "coyotes" que le compran su auto a un verdadero particular y, sin sacar el vehículo del establecimiento, le suben el precio y lo vuelven a vender, naturalmente a nombre de una persona a quien el comprador nunca conocerá.

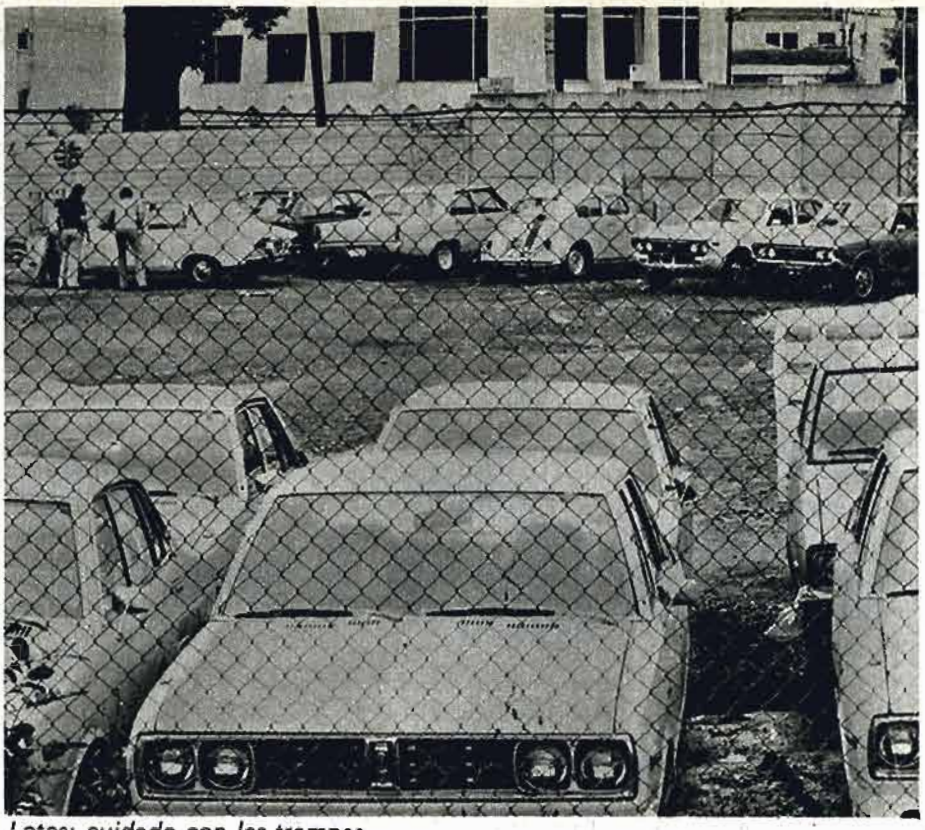
"Estas operaciones —apunta el presidente de la ANCA— **representan más de 300 millones de pesos al año defraudados al fisco, ya que entre los comerciantes que venden en sus casas y los autocinemas operan más de cien mil autos al año. A un valor promedio de 60 mil pesos por vehículo, venden 6 mil millones de pesos, de los cuales, 300 millones corresponden al 5 por ciento para timbres.**

"Este cálculo lo hacemos pensando en que, lógicamente, se tiene que vender igual número de autos nuevos que usados; si se fabrican 300 mil al año y los comerciantes establecidos en lotes venden un promedio de 150 mil, y los verdaderos particulares alrededor de 50 mil, hay otros 100 mil vehículos que se venden en el clandestinaje".

La tercera opción para comprar un automóvil usado es recurrir a los negocios establecidos, más conocidos como lotes.

Si bien es cierto que por lo regular se venden los autos a un precio mayor que los particulares, existe la ventaja de que hay más seguridad sobre el estado del vehículo, tanto en motor como en documentación.

Si usted compra en un lote honrado, ellos mismos le tramitan el cambio de propietario y, en caso de que al llegar al Registro Federal de Automóviles se encuentre alguna anomalía, el negocio responde por el auto y se encarga de ponerlo en regla, sin ningún perjuicio para el comprador.



Lotes: cuidado con las trampas

"Además —nos dice el presidente de la ANCA— **al comprar en un lote se tiene la seguridad de que el automóvil está en buenas condiciones, pues un comerciante establecido no compra 'a ciegas', primero diagnostica el estado del vehículo y si no tiene 30 ó 40 mil kilómetros más de vida, no lo compra".**

"En cambio —agrega— **es muy fácil arreglar un auto para que dure 3 meses; eso hacen muchos de los falsos particulares".**

Tenga precaución antes de comprar un auto usado

Hay muchas maneras de que el comprador se cuide de sufrir un fraude. Por principio de cuentas, los conocedores recomiendan hablar por teléfono al número que aparece en la factura, para comprobar su autenticidad. Es muy importante que se revisen los números de la factura y el tarjetón con los que tiene el vehículo en el chasís y en la carrocería; si se quiere mayor seguridad se puede recurrir al Registro Federal de Automóviles donde le indicarán si el automóvil tiene alguna irregularidad legal. Claro que al comprar en los autocinemas que funcionan sábados y domingos es imposible recurrir al Registro, y un falso particular, en la mayoría de los casos, no se lo permitirá.

Lo que es quizá más importante es revisar la factura y pedirle una identificación al vendedor; si el vendedor no es el auténtico propietario que debe aparecer en la factura o en el tarjetón, puede haber problemas posteriores y es muy posible que esté usted negociando con un "coyote". Al no conocer al auténtico propietario, no tiene usted a quien reclamar en caso de que resulten deudas del automóvil como tenencias, multas, etc. que existan desde antes que comprara el vehículo.

En cuanto al aspecto mecánico hay que revisarlo concienzudamente, pues no basta darle una vuelta a la manzana. Además del estado de la máquina hay que revisar llantas, vestiduras y, princi-

Una opción: la compra directa a un particular

palmente, la carrocería, que no haya sido chocada o que no esté picada, porque esos males nunca se componen. Si un auto sufre un golpe fuerte, siempre caminará de lado, tendrá el chasís lastimado o la suspensión "chueca". Si le ofrecen un auto a punto de desbielarse puede pagar 10 mil pesos menos y con eso lo arregla, pero una carrocería picada o chocada no se arregla aunque le cambie piezas.

Si piensa vender su auto

Generalmente quien compra un auto, ya sea nuevo o usado, se ve en la necesidad de vender su vehículo, por lo que también hay que tomar en cuenta ciertas recomendaciones antes de vender.

Por principio de cuentas hay que identificar al comprador con nombre, domicilio y teléfono y endosar la factura a su favor señalando esos datos y la fecha; nunca hay que firmarla en blanco.

Con eso usted obliga al comprador a realizar el cambio de propietario, ya que el Registro Federal de Automóviles otorga 15 días a partir de la operación. Al hacerse el cambio de propietario, usted se está protegiendo ya que si el auto sigue a su nombre y con él atropellan a una persona, usted seguirá siendo responsable y eso puede costarle muchos miles de pesos.

Para mayor seguridad, puede enviar una carta dirigida al Registro Federal de Automóviles dando aviso de que vendió su automóvil a tal persona que vive en tal lugar, y la fecha. En menos de 30 días el Registro cita a esta persona a que haga el cambio de propietario.

También hay que cuidarse de no cargar con los documentos mientras un supuesto comprador revisa el vehículo. Se han dado casos en que un desconocido llega como si de veras fuera a comprar y cuando ya cerraron el trato le pide que lo acompañe al banco a cambiar un cheque; usted se sube con los papeles en la bolsa y a las dos cuadras lo bajan pistola en mano y le quitan los papeles y el coche.

Hay que recordar la importancia de conocer a quien nos compra: si es un particular, que se identifique como tal; si es propietario de un lote, que otorgue con las ventajas que ofrecen los comerciantes establecidos. Si no es así, lo mejor es esperar y nunca precipitarse al vender o comprar un automóvil.

Recomendaciones para el comprador

- Asegúrese que el vendedor es el auténtico propietario que aparece en la factura o el tarjetón.
- Identifique al vendedor, asegúrese que el domicilio y teléfono que le indique sean verdaderos.
- Desconfíe de quien vende 2 ó 3 automóviles en su casa; puede ser un comerciante clandestino.
- Revise que la factura tenga Registro Federal de Causantes, cédula de empadronamiento y teléfono.
- Revise cuidadosamente el estado del vehículo; de ser posible lleve a un mecánico de confianza.
- Compare precios en lotes establecidos; si no hay mucha diferencia le conviene comprar ahí, hay mayor seguridad.
- Haga el cambio de propietario antes de 15 días de haber hecho la operación; después puede haber multas.

Para el vendedor

- Identifique al comprador y asegúrese que el domicilio y teléfono que le proporcione sean verdaderos.
- Endose la factura con el nombre del comprador, su domicilio (del comprador) y la fecha.
- Envíe una carta al Registro Federal de Automóviles notificando la venta de su automóvil.
- No salga a probar el auto o a cambiar un cheque, con los papeles en la bolsa.

La pintura: un arte caro

La cultura pictórica en nuestro país es muy amplia; sin embargo, es un arte caro, tanto para quien lo practica como para quienes adquieren las obras.

Al entrar a la casa de alguna familia mexicana de clase media o alta, casi es frecuente encontrarse con uno o más cuadros que decoran la sala: desde pequeñas litografías de cartón adquiridas en promociones de algún centro comercial hasta lienzos pintados por Zúñiga, Cantú o Cuevas.

Aunque no existen estudios al respecto, se elaboró una estadística basada en las ventas del material artístico y se llegó a la conclusión de que existen unos 15 mil pintores en todo el país, lo cual demuestra el enorme interés que se tiene por este arte.

De los murales a las galerías

Los expertos señalan que el gusto por la pintura en nuestro país tiene sus orígenes en el muralismo, gracias al cual todos los mexicanos pudieron apreciarlo en las calles y los edificios públicos.

Posteriormente se crearon entidades como el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Museo de Arte Moderno, Casa de la Cultura y galerías dependientes de las universidades, de tal manera que poco a poco el arte pudo llegar a mayor número de personas.

La época de los grandes muralistas como Siqueiros, Rivera y Orozco ha pasado, y ahora se puede ver el arte en las galerías, Casa de la Cultura y revistas; pero adquirir un original para exhibirlo en casa no es tan fácil.

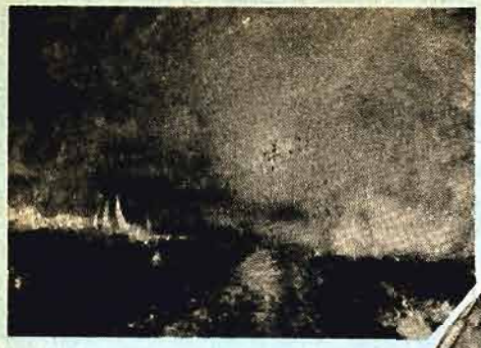
Hay dos maneras para hacerlo: dirigirse directamente al pintor, lo cual no siempre es posible, o bien acudir a alguna de las numerosas galerías de arte en el Distrito Federal.

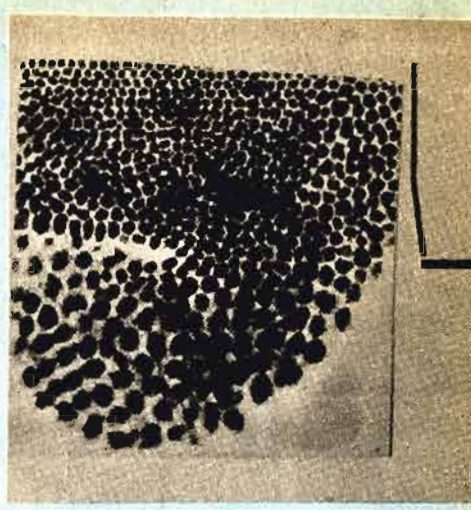
Entre tantas galerías se cuenta "Juan Martín", que exhibe y vende obras de pintores latinoamericanos; "Ponce", que se inclina por artistas extranjeros y el Salón de la Plástica Mexicana patrocinado por el Instituto Nacional de Bellas Artes. Otras galerías son "Teorema", ubicada en Hamburgo 214; la "Galería Mexicana", considerada como la más antigua del país, y la "Misrachi", donde rara vez se efectúan exhibiciones.

En general, en cada una de ellas existen costumbres, formas de comercialización y trato con el público y artista, diferentes.

Respecto del porcentaje que se lleva la galería al vender un cuadro, los enterados afirman que es alrededor del 35 por ciento; pero los gastos de publicidad, folletos, invitaciones y coctel que ofrezca el pintor para promoverse corren por cuenta propia, así como la renta de la galería que en ningún caso es menor de 4 ó 5 mil pesos por 15 días, además de los marcos que cuestan un promedio de mil pesos cada uno.

La galería solamente pone su "prestigio en el medio" y sus "contactos" —según dicen sus dueños—, el salón, la iluminación especial y los empleados.





Además, si un cuadro se está vendiendo en una galería, por ejemplo en 85 mil pesos, y el artista, mientras toma un café con algún admirador, acepta vendérselo en 70 mil una vez terminada la exposición, se convierte en un "desheredado" de las galerías.

Los precios a los que se venden las pinturas suelen ser altos, sobre todo si se trata de algún original de Cuevas, Tamayo, Orozco, Siqueiros, Juan O'Gorman, González Camarena o Francisco Mesa, ya que fluctúan entre 50 y 70 mil pesos.

Respecto de la inversión que debe realizar un pintor que desea iniciarse en el mundo del arte, los expertos nos indican que un tubo de óleo, por ejemplo, cuesta 300 pesos y se necesitan 30 para empezar; la tela de 50 por 75 centímetros de loneta cuesta 200 pesos, o 400 si es de lino; los pinceles, si se quieren buenos, se tienen que importar y su precio fluctúa entre 200 y 800 pesos, según el tipo, si son de pelo de marta; los más comunes, de cerdo, cuestan entre 60 y 150 pesos.

El caso en el Salón de la Plástica Mexicana es diferente.

"**Aquí**— nos dicen las autoridades del Salón— **el artista no paga nada por exponer, lo hace después de ganar un concurso**".

Las condiciones de promoción son diferentes que en las galerías comerciales ya que en este caso el catálogo corre por cuenta del Salón de la Plástica Mexicana. "**Además** —nos dicen— **si el pintor quiere ofrecer un coctel, nosotros proporcionamos meseros, servilletas y charolas.**"

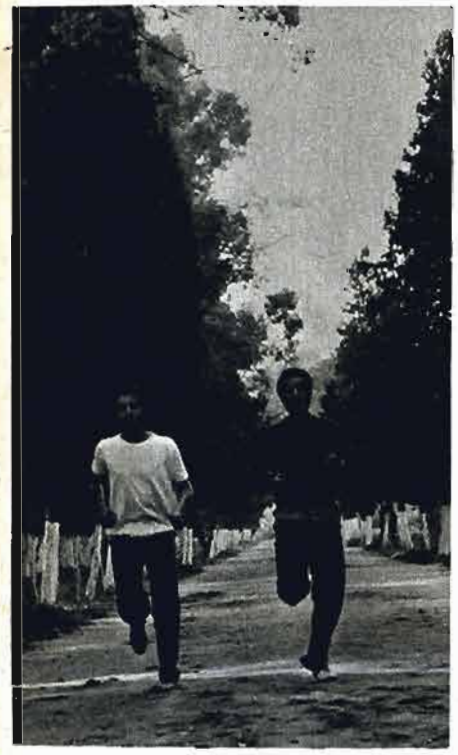
"**Para aprobar las exposiciones contamos con un jurado integrado por conocidos críticos de arte como Alfonso de Neuvillate, Raquel Tibol, Juan Hacha y muchos otros**".

Este lugar no es el único que se interesa por el arte sin comercializarlo; existen también las salas José María Velasco y Chapultepec, patrocinadas por Bellas Artes y la José Guadalupe Posada que patrocina el ISSSTE.

En el Salón de la Plástica Mexicana observamos óleos de Luis Acosta cuyos precios oscilan entre 6, 12 y 25 mil pesos. Las serigrafías de Isidro Campos cuestan un promedio de 600 pesos.

Ya para retirarnos preguntamos qué puede hacer un hombre común, que paga renta, la cuota del auto y la educación de sus hijos, pero que quiere tener un cuadro en la sala de su casa.

Nos hablaron de serigrafías, grabados, dibujos, artistas menores y, finalmente, nos dijeron de manera casi inaudible que en algunos supermercados hay excelentes reproducciones de los clásicos en 500 pesos...



Aerobismo: una forma de sobrevivir en la ciudad

Cientos de habitantes del Distrito Federal cumplen cada mañana con un rito que se divulga asombrosamente en las grandes ciudades del mundo. Armados de sus propias piernas y entusiasmo salen a la búsqueda del oxígeno y la salud que la contaminación y el ritmo de vida ciudadano les quitan impunemente. Practican el trote o la caminata, un ejercicio simple, pero nutrido de insospechados secretos.

Con las primeras horas del día, cuando el sol se despereza lánguidamente sobre la ciudad, ellos comienzan a acudir, fervorosa y tenazmente, desde las más diversas colonias. Sus edades varían, pero no su entusiasmo. Esos hombres, mujeres e incluso niños que se desparraman cada mañana, aproximadamente entre las 6:30 y las 9, por los bosques de Chapultepec y otros parques de la metrópoli son los ejercitantes mexicanos de una actividad que se extiende por el mundo como una mancha de aceite o como una religión: el **aerobismo.**

La palabra prácticamente no existía en los diccionarios hasta hace una década, pero ahora se ha vuelto un término de moda en las grandes capitales del mundo, allí donde la contaminación avanza como un monstruo omnipotente y omnipresente, amenazando con poner límites estremecedoramente estrechos a la salud y a la vida de los citadinos.

El **aerobismo** consiste, básicamente, en proveer de oxígeno al organismo. Esa operación tan sencilla, la primera que aprende el ser humano apenas conoce la vida, debe ser ahora tomada como una técnica, reaprendida; recuperada en defensa de la superviviencia.

"El trote es un deporte muy popular; apenas requiere un par de buenas zapatillas, un espacio adecuado y muchas ganas de correr". La definición pertenece al doctor Kenneth Cooper, de Kansas, Texas; él es el padre del **aerobismo** y de alguna manera su frase define a esa práctica.

Cooper, deportista desde su niñez, no descubrió en realidad ningún milagro. Partió de un principio muy simple: el motor de la vida humana es el oxígeno. Y luego advirtió que muy pocos hombres y mujeres conocían realmente las capacidades de sus organismos para adquirir oxígeno. La gran mayoría de ellos, sometidos a actividades rutinarias y sedentarias apenas si adquieren lo mínimo necesario para cumplir con esas tareas, pero así es como ni bien se ven ante una exigencia apenas mayor —correr unos breves metros detrás de un camión, subir una escalera, cumplir una tarea hogareña inesperada— pierden el re-

suello, sienten latir sus corazones como si estuvieran a punto de estallarles en el pecho o, sencillamente, tienen la sensación de que morirán por falta de aire.

No les va mejor a muchos gimnastas consuetudinarios o levantadores de pesas, o ejercitantes de la gimnasia en aparatos. Ellos tienen sus músculos tonificados, pero no saben absorber oxígeno. Sus ejercicios son anaeróbicos, no aeróbicos. Desarrollan sus músculos, pero no su sistema cardiovascular. Y es en este sistema donde está la clave.

El corazón, un arma mortal

Apenas recibido de médico, al comenzar la década del 50, Cooper hizo su residencia de posgraduado en un cuartel de la fuerza aérea estadounidense. Allí nació el aerobismo.

Cooper, que trotaba desde hacía mucho e incluso había sido campeón estudiantil en largas distancias, advirtió que, pese a estar muy bien entrenados, los soldados demostraban un alto índice de dolencias cardiovasculares. Su investigación lo llevó a lo que sería un **leitmotiv** de su doctrina: descubrió que los sistemas de entrenamientos a que estos hombres eran sometidos no los capacitaban necesariamente para un mejor funcionamiento de su corazón y sus pulmones, órganos básicos en la absorción y distribución del oxígeno.

A partir de ahí —y de investigaciones concienzudamente científicas— comenzó a elaborar un intenso programa de ejercicios —caminata, trote, ciclismo y natación— destinados a desarrollar en plenitud el sistema cardiovascular.

También estableció un puntaje para el desarrollo progresivo y para la combinación de los distintos ejercicios. Así creó varias tablas aeróbicas con un puntaje ideal según la edad y la salud de quienes practicaran sus ejercicios. Porque, según se empeña en señalar, el aerobismo no es una actividad rígida, sino que se adapta a las condiciones individuales de cada persona: **"Lo básico es conseguir que la gente no funcione al 40 por ciento de su capacidad orgánica, sino al 80 o al 100. Lograr individuos plenos, que no terminen su jornada a las 8 de la noche, derrotados frente a un televisor, luego de haber pasado la mayor parte del día sentados en un escritorio".**

Sea como fuere, las "virtudes" del aerobismo son muchas. En principio, no se necesita practicar el aerobismo en equipo, como el futbol, el básquetbol, el voley u otros deportes. Si no hay nadie más, uno puede hacerlo solo.

UN PROGRAMA

El **aerobismo** incluye una serie combinada de ejercicios y puntajes. Numerosos libros los describen. Pero más sencillamente y a manera de inicio, puede tentarse este programa de 12 semanas basado en lo más simple, en lo que está absolutamente al alcance de todos.

Primera semana

Primero, tercero y quinto día: caminata de 15 minutos, variando el ritmo y sin detenerse.

Segundo, cuarto y sexto día: 5 minutos de caminata y 1 de trote, alternadamente hasta completar 17 minutos.

Séptimo día: como Dios, descanso.

Segunda semana

Primero, tercero y quinto día: caminata de 15 minutos y carrera de 1.

Segundo, cuarto y sexto día: caminatas de 5 minutos y carreras de 3, alternadamente hasta completar 21 minutos.

Séptimo día: descanso.

Tercera semana

Primero, tercero y quinto día: caminata de 15 minutos y carrera de 1.

Segundo, cuarto y sexto día: caminatas de 6 minutos y carreras de 4, alternadamente hasta completar 26 minutos.

Séptimo día: descanso.

Cuarta semana

Primero, tercer y quinto día: caminata de 15 minutos y carrera de 2.

Segundo, cuarto y sexto día: caminata de 3 minutos y carrera de 2 hasta completar 30 minutos.

Séptimo día: descanso.

Quinta semana

Primero, tercer y quinto día: caminar 15 minutos y correr 2.

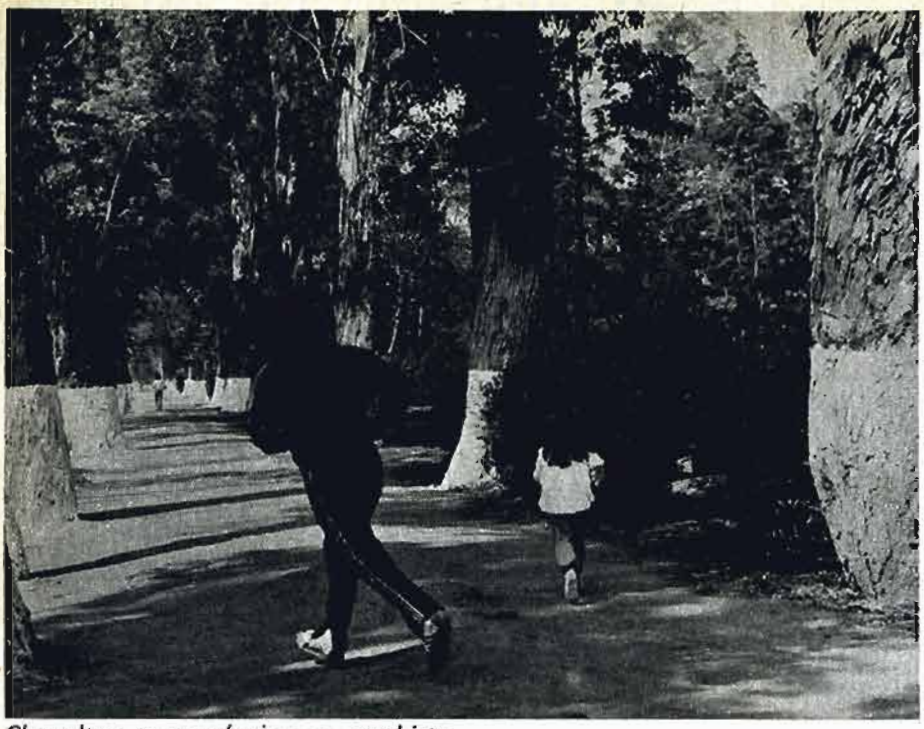
Segundo, cuarto y sexto día: caminar 5 minutos y correr 5, alternadamente hasta completar 35 minutos.

Séptimo día: descanso.

Sexta semana

Primero, tercer y quinto día: caminar 30 minutos.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 4 minutos y correr 6



Chapultepec: un refugio para aerobistas

PARA COMENZAR

alternadamente hasta completar 35 minutos.

Séptimo día: descanso.

Séptima semana

Primero, tercer y quinto día: caminata de 30 minutos.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 4 minutos y correr 6, hasta completar 35 minutos.

Séptimo día: descanso.

Octava semana

Primer día: caminata de 30 minutos.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 2 minutos y correr 1, alternadamente hasta completar 30. Luego caminar 5.

Tercer y quinto día: caminar 5 minutos, correr 15 y caminar 5.

Séptimo día: descanso.

Novena semana

Primer día: caminar 30 minutos.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 1 minuto y correr 30 segundos, 20 veces. Luego caminar 5 minutos.

Tercer y quinto día: caminar 5 minutos, correr 20, caminar 5.

Séptimo día: descanso.

Décima semana

Primer día: caminar 45 minutos.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 15 minutos.

Tercer y quinto día: Caminar 5 minutos, correr 20, caminar 5.

Séptimo día: descanso.

Undécima semana

Primero, tercer y quinto día: caminar 5 minutos, correr 25, caminar 5.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 15 minutos.

Séptimo día: descanso.

Duodécima semana

Primero, tercer y quinto día: caminar 5 minutos, correr 30, caminar 5.

Segundo, cuarto y sexto día: caminar 15 minutos.

Séptimo día: descanso.

A partir de aquí se puede aumentar la distancia a razón de un 10 por ciento por semana, nunca más. Es más importante alargar el recorrido que incrementar el tiempo o la velocidad.

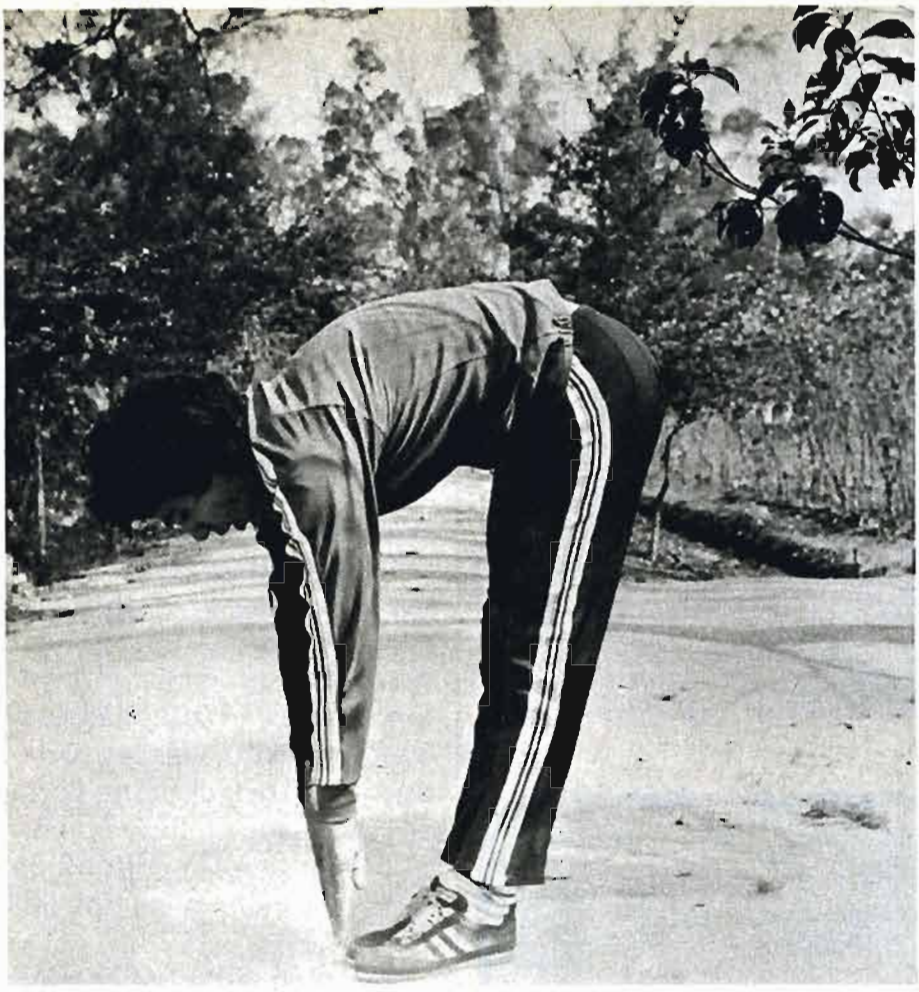
Luego, no hay límites impuestos por la edad. Además basta con un par de tenis y unos pantalones o pantaloncitos cómodos. Nadie necesita de elementos especiales; apenas un parque o una calle tranquila. Ni siquiera el clima es un obstáculo; el frío o la lluvia no impiden practicarlo.

Cómo empezar

Como se indicó anteriormente, el **aerobismo** combina la caminata, el trote, la natación, el ciclismo y algunos deportes, como el frontón, el tenis, el futbol, el básquetbol, etc. Todas actividades al alcance de la mayoría de las personas. Pero su versión más simple y difundida es la que incluye las dos primeras variantes.

Pues bien, antes de comenzar, lo importante es saber si uno **puede.** Debido a esto, de los 30 a los 40 años es conveniente una consulta con el médico acerca de las ventajas y contraindicaciones del ejercicio. De los 40 en adelante resulta aconsejable un chequeo por la posibilidad de disturbios cardiovasculares ocultos. Pero si éstos existieran, la propia práctica del ejercicio puede corregirlos o detenerlos, siempre y cuando se siga una correcta orientación.

Conviene conocer de antemano el ritmo cardiaco permitido. Para determinarlo basta con restarle la propia edad a 220 y ello dará la cantidad de latidos por minuto. Eso, al multiplicarse por 0.70 (o 0.75 si uno es experto aero-



Cada quien debe encontrar el "programa" que le siente mejor

bista, o 0.65 si se fuman más de 4 cigarros diarios o si se supera en 9 kilos el peso ideal), brinda el número de latidos por minuto **permitidos.** Es bueno controlar los latidos durante el ejercicio; si superan el promedio debe reducirse el ritmo, si están por debajo de él, aumentarlo. Una vez que se ha logrado conocer y controlar el ritmo, se ha obtenido una de las claves centrales de esta práctica.

Las leyes básicas del **aerobismo** dictan: saber cuál es el tiempo de correr, cuál el de disminuir la velocidad y cuál el de detener la marcha o trocarla por la caminata. El **aerobismo** no consiste en convertirse en un ganador de carreras de velocidad, sino en alguien que fundamentalmente tiene ritmo y resistencia, paradigmas de un organismo bien oxigenado.

El programa ideal incluye una práctica de seis días semanales, pero una vez que se ha logrado una buena y permanente dosis de bienestar, la misma puede reducirse a cuatro días. También es fundamental la sensación de placer y no la de obligación.

La tecnología aeróbica

Por supuesto, el irracional desarrollo de las ciudades modernas no está dispuesto a dejarse arrebatar sus víctimas. La contaminación acecha y es a menudo uno de los grandes enemigos del **aerobismo.** Los lugares sin mucho tránsito son por eso los mejores y aun así, si se comienza a sentir náuseas o dolores de cabeza conviene detener el trote o caminar hasta que el aire se purifique.

Pero hay otras acechanzas, como la del mercantilismo o el irrefrenable impulso a convertir todo en dinero. También el **aerobismo.** Así es como dos jóvenes ingenieros de Washington acaban de inventar una minicomputadora, que se puede llevar en el cinturón o en la muñeca, a manera de reloj, la cual mantiene informado al aerobista de sus ritmos. O, por ejemplo, el hecho de que, sólo en Estados Unidos, existan en este momento 175 pares de tenis cuya publicidad asegura que cada una de ellas es la perfecta para esta práctica.

Sin embargo, como señaló el doctor Harry Havac, director del California College of Pediatric Medicine, **"el mejor par de tenis es el que calza mejor".** Parafraseándolo se puede asegurar que el mejor programa aeróbico es aquel que brinde bienestar a quien lo practique. Y esto sólo se conoce con el ejercicio y con sus resultados en la vida cotidiana, en las sensaciones físicas, en el apetito, en el sueño, en el humor, en todo aquello que rompa la rutina de una vida que se desliza monótona y mortecinamente **"detrás de un escritorio o al volante de un auto".**

FRAUDES

El negocio de los malos espíritus

Al amparo de creencias y supersticiones populares, florece un comercio por demás lucrativo: el de las pócimas, los amuletos, jabones, polvos y hasta sprays "milagrosos" que abundan en ciertos mercados.

En busca del amor perdido, el negocio floreciente, o la hija extraviada, es que acuden al Mercado de Sonora desde el ama de casa y el obrero hasta la secretaria o el profesional. Antes de enfrentar nuestros problemas, vamos en busca de la pócima, el amuleto, la yerba, los polvos, el perfume, o el spray que decida nuestro futuro. Y así, urgidos por remediar nuestras preocupaciones, es como pretendemos decidir nuestro destino en amor, dinero, conocimientos y demás asuntos del alma.

Por el consejo de una amiga, del compadre, o de un familiar cercano, compramos el spray de "San Miguel Arcángel" que se utiliza "para ahuyentar a nuestros enemigos". Ya en el mercado, escuchamos: **"No, no se deje engañar, el legítimo jabón de 'No me olvides' es el que contiene yerbas, pero si al abrirlo usted no encuentra residuos de planta alguna, tírelo, pues no le servirá".**

Ese fue el consejo que nos dio uno de los vendedores. Pero cuando le dijimos: **"Oiga, pero si ya gasté veinticinco pesos; ¿esos quién me los va a reponer?" "Ni modo, así es el negocio, para qué no se fija",** respondió.

En cuanto a los sprays, por sólo setenta y cinco módicos pesos podemos llevarlos a casa; pero no nos hemos dado cuenta de que con esa cantidad podemos comprar medio kilo de carne, tres litros de leche, doce pesos de pan y tres cincuenta de tortillas.

La Comida "Mágica"

Regresamos a nuestro hogar con el "maravilloso" spray entre las manos. Pasan los días y, a menos que se dé una feliz coincidencia, nuestros enemigos siguen asediándonos, el ser amado nos desprecia aún más, y el negocio está a punto de la quiebra. ¿Qué hacer?, nos preguntamos angustiados. Ir al Mercado de Sonora, nos aconsejan de nuevo. Allí

por veinticinco insignificantes pesos usted puede conseguir desde el más sofisticado aceite, como el del "Perro Prieto" (debe untarse en la planta de los pies, "antes de salir a la calle", para encontrar al ser amado, ¡siempre al ser amado!), hasta la "Piedra Alumbre" que se emplea para hacer limpia de males diabólicos y contra maleficios y sortilegios, pasando por el "Perfume de Camaleón", para protegerse de los enemigos. Y así transcurren los días, los meses y quizá los años. Nuestras compras serán mayores y cada vez más sofisticadas.

Seguiremos buscando en el Mercado de Sonora, en la Merced, o en el mercadito...Y entonces surge lo inesperado: ¿qué cocina económica ni qué nada, con platillos a la mexicana o a la española? No, señora, comida mágica para usted: frijoles hechiceros, arroz endiablado, filete satán, entre otros fantásticos alimentos. Claro que esto sólo puede conseguirse con las "recetas de cocineras brujas". Desde luego que se guisa con los mismos frijoles de cada día, con el auténtico filete-suela que su carnicero acostumbre venderle y con el arroz quebrado de la tienda de la esquina. Lo único que varía es el precio: con un promedio de cuatrocientos pesos usted puede saborear por lo menos tres "exquisitos" platillos de comida "mágica". Y así es como, sin darnos cuenta, hemos conseguido una buena colección de objetos "dignos" de nuestra confianza, para emplearlos en cualquier emergencia: ajos machos, piedras, amuletos, figurillas, imágenes, escapularios, milagros, oraciones, libros de brujería, velas, inciensos, yerbas, sprays, polvos, sales, alimentos, jabones, aguas, aceites, perfumes, etc, etc.

Brujos y Peces

Por supuesto, también en el mercado se puede conseguir el contacto para relacionarse con algún "brujo". Los hay de varias clases. En un principio, están los "místicos", que son los que creen en el poder de la oración y los santos para conseguir lo que se desea. Luego, los "empíricos"; estos son eventuales, pues se hacen del "oficio" por medio de alguna persona que les enseña cualquier conjuro y lo practican temporalmente. En cambio, los "brujos verdaderos" son los que se forman en la tradición familiar y el conocimiento de años de práctica, y son los más "eficientes". Por último los brujos "científicos" o "alquimistas" ("magos"), que preparan pócimas, conjuros, etc., y parecen ser los "más completos". Sin embargo, para hacerse brujo en unos cuantos días, muchos se han auxiliado de libros tales como **"Astrología y Clarividencia", "Oráculo o libro de los destinos", "Cómo triunfar en la vida"**, etc.

En nuestro recorrido por los puestos del Mercado de Sonora, que no son menos de treinta, nos encontramos con estos libros, pero también con un pescado que nos causó un poco de asombro, pues tiene un aspecto extraño y malévolo; muestra dos patas, alas extendidas y una cola retorcida.

Quiere parecerse a un ser humano. Lo acomodan como si estuviera de pie. **Se trata de un pez diablo** (quien nos atiende es una jovencita que trabaja como empleada en el puesto); **bueno, no precisamente. Lo que pasa es que se trata de una mantarraya abierta por la mitad y arreglada para dar ese aspecto, y sirve para curar el cáncer".** No podemos evitar el asombro: ¿Se puede curar el cáncer con una inocente mantarraya? ¡Que se acaben en el mar estos animales!

¡Que los enfermos del mundo entero encuentren la salud!, y nos ponemos eufóricos. Pero ¿cuál es la realidad? Otra muy distinta. Aunque atiborremos a nuestro enfermo de peces diablos, amuletos, escapularios y ajos machos, el cáncer avanza. ¿Por qué no acudir desde un principio a los hospitales para combatir este mal y muchos otros?

Indagando aquí, mirando allá, nos damos cuenta de que en México tenemos toda una organización en torno de la producción de supersticiones: desde la empresa que empaca polvos en exclusiva, hasta la que fabrica perfumes e inciensos de todas las clases, empleando la moderna tecnología. Los ofrecen en forma de goma, en barra, en varas (los Krishna), o bien en spray.

LA CORTE DE LOS MILAGROS

Como ya se afirma en el artículo, la variedad de objetos "milagrosos" es asombrosa. Y basta detenerse en las supuestas virtudes de algunos de ellos, para advertir que el ingenio de los comerciantes en supersticiones sería digno de una mejor causa.

En cuanto a los **ajos**, por ejemplo, si están "vestidos" sirven para la buena suerte, pero si están "en corona" beneficiarán los negocios. La **piedra alumbre**, por su parte, se vende para hacer "limpias" de males diabólicos y sortilegios. Eso sí, requiere de un pequeño procedimiento: después de hacer la "limpia", se quema la piedra en un bracero, y allí "aparece" la figura de la persona, el animal u objeto que produjo el mal.

Más complicada resulta la operación con los **muñecos de cera virgen o tela**, y —de algún modo— quien la practique puede experimentar la sofisticada sensación de realizar algún rito "vudú". Según explica el vendedor con lujo de detalles, hay que hacer el muñeco de cuerpo completo, a semejanza de la persona que se quiere embrujar. Se le ponen cabellos, uñas o ropa sucia, y **también sangre putrefacta de la persona que se embrujará.** Se bautiza con nombre de ese individuo, se le agregan pedazos de hostia consagrada o de algo bendito. Luego, basta concentrarse en la persona a quien se quiere embrujar.

Ahora bien, si lo que se persigue es nada menos que la eterna juventud, con sólo 20 pesos se pueden adquirir las **sales de baño** de "las mil flores". Como milagrito "extra", estas sales proporcionan también potencia amorosa.

Más caras resultan las **aguas** (arriba de los 35 pesos), pero a cambio, se supone que brindan protección contra los más terribles males. Y entre ellas, hay una que merece especial atención. Se trata del "Agua Espiritual La Mano poderosa", que "retira toda clase de males y protege contra el enemigo, vicios y fracasos". Hasta ahí, no hay nada demasiado fuera de lo común. Pero sucede que en la etiqueta figura, además, una curiosa leyenda: **"Riéguese o úsese en el baño".** Tomando en cuenta este singular lugar de aplicación, cabe preguntarse por qué sus fabricantes olvidaron aclarar que esta agua quizás contenga también virtudes de detergente o de laxante...

También encontramos en los puestos el clásico "Buda" (se supone que sobándole la pancita por las mañanas le dará suerte en los negocios), que responde a una tradición oriental. Además se vende el spray de "Buda", útil para la fertilidad y la sabiduría y para bendecir el hogar y el comercio. De algún modo, resuelve los mismos conflictos que los "santos" africanos, o sea, que desde hace muchos años venimos importando supersticiones. Y de esta forma hacemos una "extraordinaria" mezcla de creencias mexicanas y las que nos llegan de fuera. La superstición no tiene límites para ampliarse y adquirir fuerza.

Continuamos nuestra plática y se nos habla de los santos más populares de la tradición mexicana: San Ramón, para los chismosos, San Antonio, al cual hay que poner de cabeza para que ayude a encontar a la persona ausente y la Santísima Muerte que tiene el "don" de atraer clientes.

Se venden imágenes que van desde un peso, diez, quince, hasta... bueno... según. Preguntamos: ¿Según qué? **"Pues eso no se dice, se le pone precio según se deje el cliente"**, fue la respuesta. Y así vemos desfilar jóvenes, adultos, y ancianos, comprando imágenes y amuletos y escapularios y veladoras y...

RECOMENDACIONES

— Los problemas físicos y espirituales son atendidos científicamente en instituciones públicas, como el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE), Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA), Desarrollo Integral de la Familia (DIF), donde trabajadoras sociales, sicólogos, consejeros, etc. lo orientarán.

— Si usted desea un tratamiento efectivo con plantas medicinales, le recomendamos solicite información precisa al Instituto Mexicano para el Estudio de las Plantas Medicinales (IMEPLAN), sito en Luz Saviñón No. 214, Col. del Valle, México 12, D.F.

El consumo no baja de los cuarenta pesos, llegando a sumas exhorbitantes (una víbora de cascabel, que combate el "mal del pinto", cuesta aproximadamente mil pesos). Según datos proporcionados por un vendedor, en cada puesto se gana entre los quinientos y los tres mil pesos diarios; si es día de quincena se puede llegar a más.

Lo que se vende es una idea, una creencia, una superstición, y no un objeto de uso material, como el azúcar. Los jabones y los perfumes mágicos, que no difieren mucho de los peores jabones y perfumes comunes y corrientes, no necesitan de compuestos de primera calidad para venderse. Al producirlos, su valor es bajo; pero al venderlos su precio es alto porque, repitámoslo, no se vende un jabón para lavarse las manos, sino para lavarnos el cerebro.

Como en cualquier comercio existe la competencia, con el puesto de junto, con el de enfrente, con el de fuera del mercado. Y mientras el cliente se deje, el negocio de los "malos espíritus" seguirá siendo lucrativo...

Agua, aerosol, jabón y polvos: alimento para la superstición

Cómo comprar camisas

Atienda sus necesidades

● En primer lugar, piense en el tipo de camisa que necesita: ¿**sport**, de trabajo, para oficina, de vestir con corbata o para ceremonia? De acuerdo con sus necesidades, elija la camisa apropiada. Por ejemplo, si se trata de camisa de vestir con corbata o para ceremonia, es muy importante que ajuste su medida de cuello, largo de manga y de faldón, así como contorno de pecho y cintura.

● Recuerde que las camisas confeccionadas de puro material sintético suelen ser calurosas en verano y frías en invierno. En cambio, las de mezcla con algodón son más confortables en cualquier clima.

● Si acostumbra lavarlas en casa, respete las instrucciones de lavado y planchado que debe traer cada prenda. Así evitará deformaciones, decoloraciones y desgastes indeseables.

Fíjese en lo siguiente

● Que las medidas se indiquen con un número y no con letras. La nomenclatura con letras cubre dos o tres tallas diferentes, y por lo tanto se corre el riesgo de que la camisa elegida no se ajuste correctamente a la medida.

● Que las costuras en ojales, el pegado de botones y los remates no presenten hilos sueltos.

● Que las varillas en los cuellos sean suficientemente largas, estén bien orientadas y cosidas (no pegadas).

● Que las entretelas sean piezas completas.

● Que las longitudes de la manga y el faldón, así como los contornos de pecho y cintura sean las adecuadas a su cuerpo. Estas indicaciones deben aparecer en la parte posterior de los empaques, y de no ser así, pida información al dependiente o pruébesela antes de comprar.

● Que la camisa traiga claramente expresadas, las instrucciones de lavado y planchado.

No olvide

● Comparar precios tanto entre las distintas marcas como entre las diversas tiendas. La variación suele ser considerable y conspira en contra de su presupuesto.

● Poner mucho cuidado en las baratas. En estas ocasiones, parte de la mercancía puede estar defectuosa, mal acabada, decolorada o manchada. Examine minuciosamente la camisa que le agrada.

● Probarse la camisa en el propio establecimiento. Si no es posible, compruebe ahí mismo sus medidas básicas y las de la camisa elegida (cuello, manga, pecho y largo). Y si no le permiten ninguna de estas dos cosas, deje establecido el mecanismo de cambio. ◘

ARTICULO 25.-

Los intereses se causarán exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado, sino únicamente por periodos vencidos.

ARTICULO 27.-

En la compraventa a plazos o con reserva de dominio no podrá, bajo circunstancia alguna, aumentarse el precio originalmente estipulado para la operación de que se trate.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

Esta Ley es suya, hágala valer.

¿Cómo que ya subió de precio?

¿Hace algún tiempo compró un aparato a crédito y ya le subieron las mensualidades argumentando que el producto subió de precio?

Si es así, usted está amparado por la Ley Federal de Protección al Consumidor y no tiene por qué pagar más.

El Artículo 27 de esta Ley así lo señala cuando dice que en la compraventa a plazos no podrá aumentarse el precio originalmente estipulado.

Además los intereses sólo se cobrarán sobre la cantidad que falta por pagar y nunca podrán ser cobrados por adelantado, según está reglamentado en el Artículo 25 de la misma Ley.

Así que cuando le lleguen con el cuento de que subió el precio de un producto que ya compró y todavía está pagando, o le quieran cobrar los intereses por adelantado, no se deje sorprender y ampárese en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

"Por un mejor uso del salario": Senador Ramiro Ruiz Madero

Oficial Mayor del Congreso del Trabajo y Coordinador General del CONAMPROS, el Senador Ramiro Ruiz Madero es una figura altamente capacitada para expresar, desde el punto de vista de los dirigentes del Movimiento Obrero, la naturaleza, los objetivos y el funcionamiento de los diversos órganos y mecanismos puestos en marcha para la mejor defensa de los intereses económicos de los trabajadores, particularmente de sus salarios. Con esa finalidad fue entrevistado por la **Revista del Consumidor.**

R. del C.: A modo de introducción, Senador, ¿podría decirnos cuál es el origen del Congreso del Trabajo?

Ruiz Madero: En 1966 el Bloque de Unidad Obrera y la Central Nacional de Trabajadores invitaron a Sindicatos Nacionales como los ferrocarrileros, telefonistas y electricistas, entre otros, a unificar esfuerzos y constituir un frente único de lucha para defender los intereses de la clase trabajadora. Todo esto se consolidó en la Asamblea Nacional del Proletariado, que reunió en la ciudad de México a más de cinco mil delegados de todo el país.

Ahí nace el Congreso del Trabajo.

R. del C.: ¿El Congreso del Trabajo ha alcanzado sus objetivos?

Ruiz Madero: Durante la pasada Primera Asamblea Nacional Ordinaria del Congreso del Trabajo, se actualizó nuestra Declaración de Principios y el Programa de Acción, y se señalaron otros objetivos acordes con la actual situación del Movimiento Obrero Organizado. Ahí quedó plenamente comprobado en forma categórica que el Congreso del Trabajo hasta la fecha no sólo ha cumplido plenamente sus objetivos, sino que los ha rebasado.

R. del C.: ¿Cuáles son, sintéticamente, las actividades del CONAMPROS?
¿Cuáles son esos objetivos?

Ruiz Madero: Su nacimiento se produjo en una coyuntura similar a la actual. Era menester para el Movimiento Obrero Organizado encontrar mecanismos que permitieran encarar eficazmente el problema del costo de la vida y sus consecuencias para defender el salario del trabajador. El Congreso del Trabajo se dirigió a la Presidencia de la República y así se constituyó el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario.

Su campo de acción es prácticamente ilimitado. Se inicia por así decirlo en el momento en que el trabajador cobra su salario, pues es preciso ver que se cobre lo que establece la Ley, que se cumplan las prestaciones económicas, que se realice el reparto de utilidades con apego a las normas vigentes, etc. Prosigue al desarrollar una tarea de guía, de orientación a través de campañas, para que el trabajador utilice su salario racionalmente en productos realmente necesarios para él y su familia y acordes a su capacidad de compra. Al mismo tiempo se efectúan campañas como la antialcohólica y de educación para el em-

pleo del tiempo libre, con el propósito de que el dinero llegue íntegro a la familia y sea vehículo de bienestar y mejor nivel de vida.

Después es ya la familia la que debe ser orientada también en cuanto al uso del salario, y aquí, junto a orientación, resulta importantísimo el apoyo real y efectivo que brindan las tiendas sindicales, como también todos los organismos de comercialización social existentes cuya función específica o complementaria, contribuye a reforzar la economía del asalariado tales como el sistema de tiendas CONASUPO e ISSSTE. Actualmente existen más de 100 tiendas promovidas por CONAMPROS y recientemente tuvimos la satisfacción de inaugurar el Centro Comercial Congreso del Trabajo/CONASUPO en la colonia Jardín Balbuena, que es el más grande en México en cuanto a la comercialización social con una superficie superior a los 10 mil metros cuadrados de área de venta.

R. del C.: ¿Podría explicarnos a grandes líneas el objetivo de la Campaña Nacional de Protección al Salario?

Ruiz Madero: El objetivo central es hacer conciencia en el trabajador y su familia, de que no debe comprarse más de lo necesario, que el salario debe ser empleado del modo más racional, que se utilice de manera que rinda más. Los medios que se utilizan cubren desde asambleas y circulares a sindicatos, hasta prensa, radio, carteles, y la televisión, donde desde hace tres años se difunde el programa "Expresión", de lunes a viernes por el canal 4, a las 3:45 p.m., y de lunes a sábado a las 23:30 por el canal 11.

La orientación que se brinda es sencilla, accesible al trabajador pero eficaz; con mensajes, por ejemplo, como los de antes de comprar hacer una lista de necesidades, comparar precios, establecer prioridades, descartar lo innecesario, ahorrar algo todos los días, etc.

En ese plano tratamos de remarcar que el salario, que cuesta tanto ganarlo, no debe ser dilapidado. Y recordamos constantemente que deben usarse las tiendas sindicales y los centros de comercialización social existentes en todo el país, que significan un ahorro para la familia trabajadora y a la vez una elevación complementaria del poder de compra del salario.

R. del C.: ¿Considera Usted que el CONAMPROS es una reivindicación social del Congreso del Trabajo?

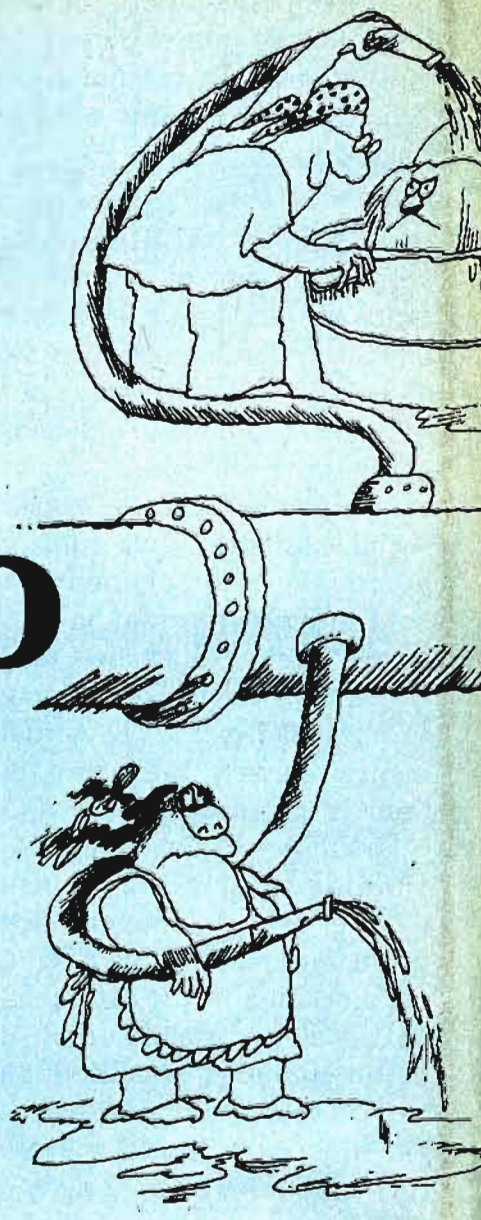
Ruiz Madero: Bueno, no tanto como reivindicación, sino como conquista de los trabajadores definitivamente sí. El Presidente y el Coordinador del Congreso del Trabajo son, simultáneamente, Presidente y Coordinador del CONAMPROS. De ahí que el CONAMPROS sea el organismo más ligado al Movimiento Obrero; sin reservas, podemos decir que es un organismo del Congreso del Trabajo. Esto se ha confirmado en base a los resultados, puesto que el grado de eficacia de los organismos de apoyo al Movimiento Obrero, sólo puede medirse por la aceptación y el respaldo que le brinden los propios trabajadores. Las cifras frías y los planes teóricos muchas veces se alejan de la realidad, pero si los obreros se muestran solidarios hacia esos organismos y los utilizan para lo que han sido constituidos, pues allí está el testimonio vivo de su vigencia. Y, en este caso, el CONAMPROS está consustanciado con la clase trabajadora.

R. del C.: ¿Cuál es su opinión, Senador, acerca del Instituto Nacional del Consumidor?

Ruiz Madero: Creo que el Instituto Nacional del Consumidor cumple una labor positiva en la orientación de los consumidores, en especial como resultado del intercambio que realiza permanentemente con el CONAMPROS. La campaña de Transparencia de Precios (Quién es Quién en los Precios) se ha visto, ha sido un vehículo que ha servido para hacer conciencia entre los trabajadores que han tenido acceso a ella. Y debe seguir, tal vez con más agilidad y movilidad, o actualización, quizá con más imaginación y buscando que cubra cada vez a mayor número de consumidores.

Entiendo que el Instituto Nacional del Consumidor es un organismo idóneo para prevenir a los trabajadores ante problemas como el de la publicidad consumista o abiertamente falsa, un tema que siempre nos ha preocupado

El desperdicio de agua

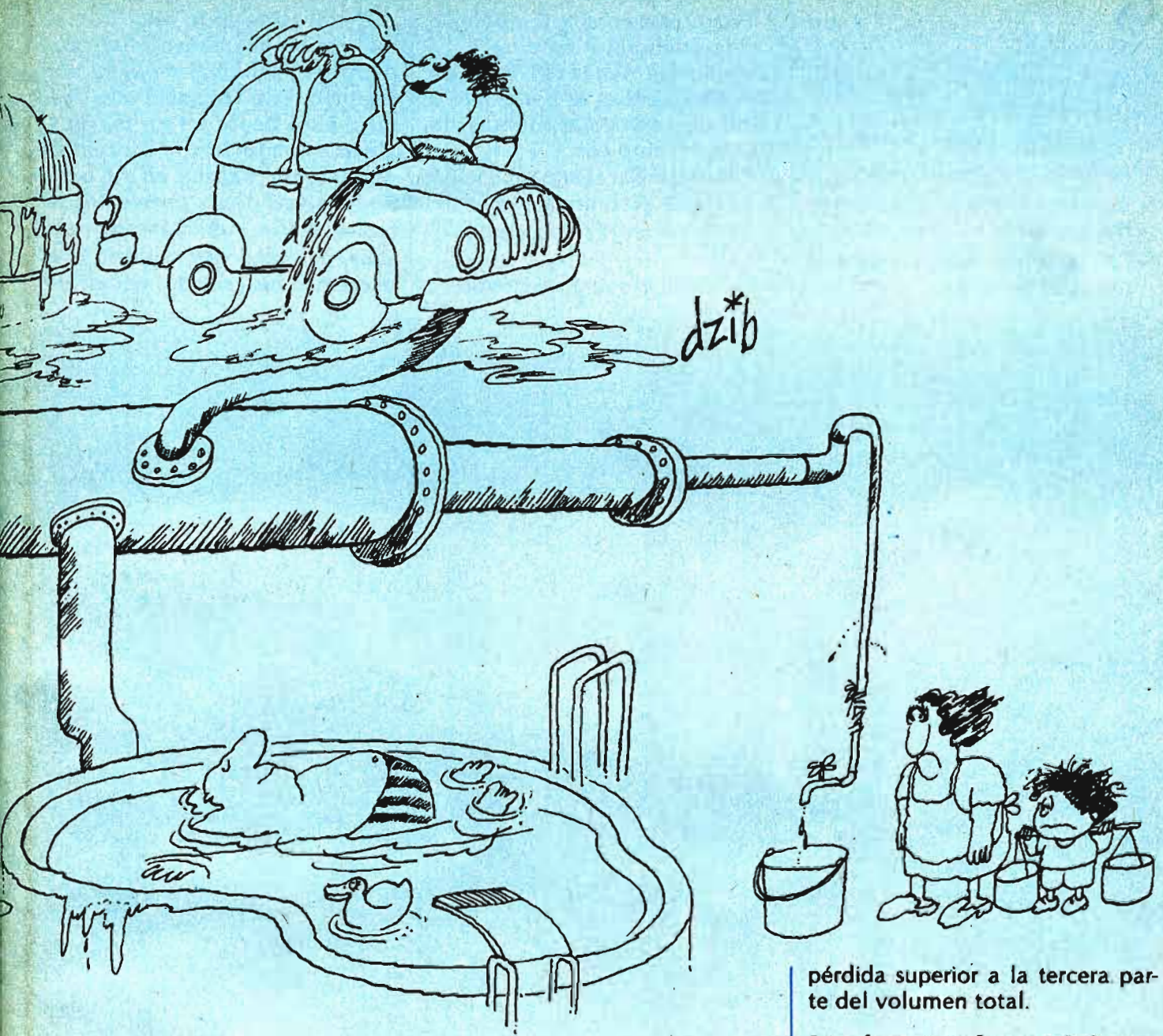


Todos somos cómplices de este crimen cotidiano.

A diferencia de muchas de las grandes ciudades del mundo, México no ha sido edificado cerca del mar ni a orillas de ningún río importante; además, y acentuando su especial configuración, está asentado sobre un gran territorio lacustre, a más de 2,000 metros de altura. Este conjunto de características hace que el suministro de agua potable a sus pobladores constituya un difícil problema, que a su vez se ve agravado por dos variables de orden social: a) su vertiginoso crecimiento demográfico, y b) los malos hábitos en el uso del agua que imperan entre sus habitantes.

Los aspectos referidos al emplazamiento de la ciudad se traducen en la siguiente disyuntiva: el subsuelo tiene, por cierto, una gran reserva de agua, pero si se la emplea sin prevenciones la consecuencia ineludible será el hundimiento del Distrito Federal; y si, para evitarlo, se pretende utilizar agua de otros lugares (ríos de estados vecinos), se plantea la necesidad de encarar grandes obras de infraestructura, por la distancia a recorrer y por la necesidad de bombearla hasta su elevada posición geográfica.

En la actualidad se apela a ambos recursos, esto es, a la extracción de agua del subsuelo y a su transportación de sitios relativamente próximos, lo cual —obviamente— significa hacer frente a dos problemas. Por un lado, el que en otros lugares el agua no sobreabunda y su propio crecimiento demográfico y económico les crea requerimientos paulatinamente mayores, que empiezan a entrar en contradicción con su envío al DF., y por otro lado, el que si bien el manto acuífero del subsuelo de la Cuenca del Valle de México se recupera naturalmente por la infiltración de aguas de lluvias y por corrientes subterráneas que lo alimentan, la actual sobreexplotación de ese manto impide que el proceso de recuperación



compense el volumen de consumo, lo que ha dado lugar a que algunas capas del manto desciendan entre uno y trece metros por año de su nivel normal.

Claro que el subsuelo ha merecido medidas destinadas a prevenir ese hundimiento, para lo cual se han declarado ciertas "zonas de protección", pero ello hace necesario incrementar el consumo del agua proveniente de zonas vecinas, donde también puede llegar a generarse a no muy largo plazo un problema similar.

De tal modo, la lógica del fenómeno indica la necesidad de combinar dos medidas complementarias: a) usar el agua del subsuelo sólo en una proporción que no afecte el proceso de renovación natural, y b) encarar obras de infraestructura de largo aliento, en busca de un suministro suficiente para las necesidades futuras. Aunque, en última instancia, ninguna medida que adopten las autoridades tendrá real efectividad si simultáneamente la población no modifica sus hábitos de despilfarro del agua, factor que —como veremos más adelante— significa una pérdida superior a la tercera parte del volumen total.

Las fuentes de suministro

El Departamento del Distrito Federal es el organismo encargado del suministro del fluido, el que le es abastecido por la Dirección de Aguas y Saneamiento, de la Secretaría de Obras y Servicios, y por la Comisión de Aguas del Valle de México, de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, en la siguiente proporción.

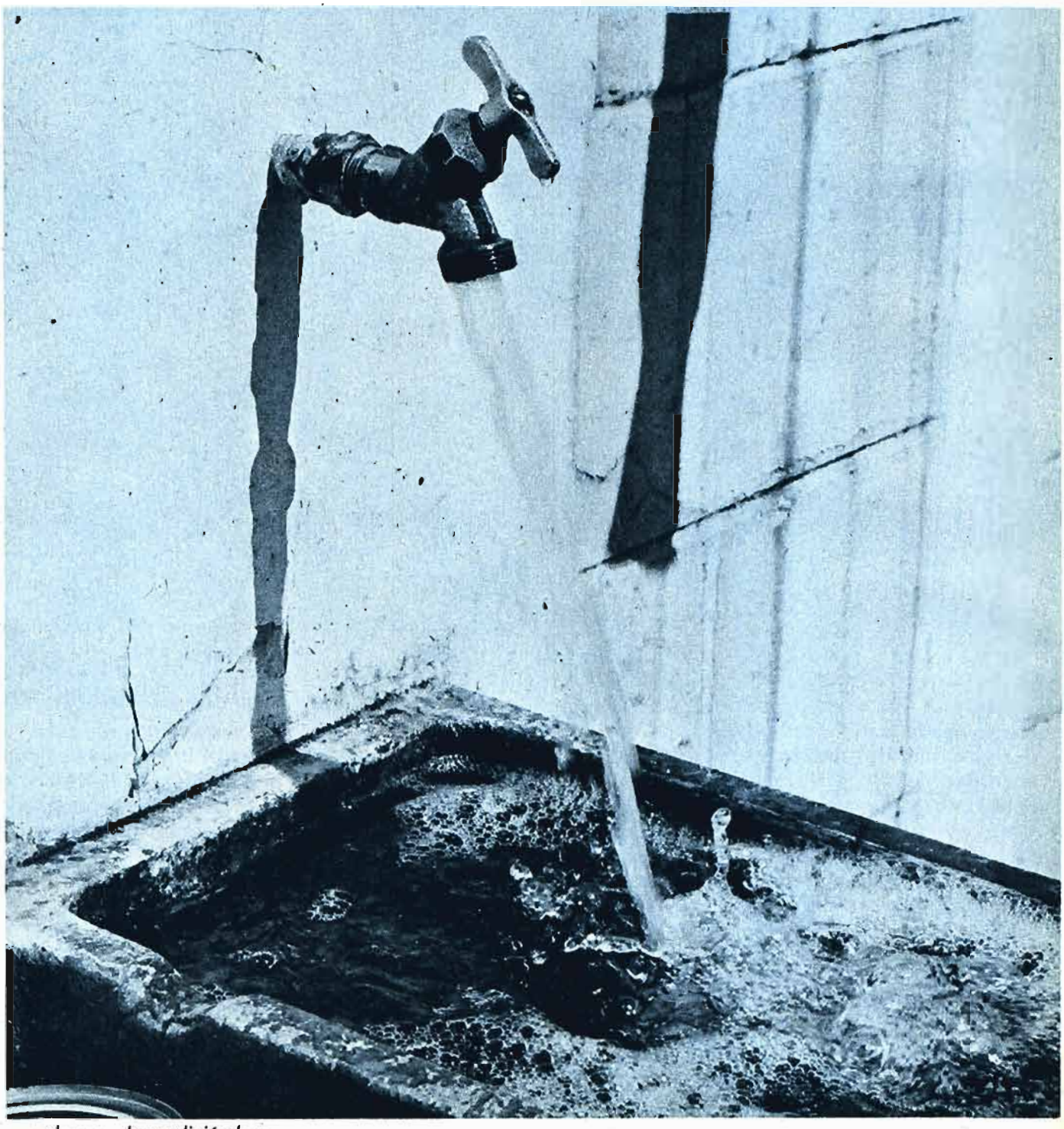
Dirección General de Aguas y Saneamiento. Es el principal captador de agua para el DF, cubriendo el 78 por ciento del abastecimiento total. Siete son sus fuentes:

1- Lerma y Alto Lerma (Estado de México)
2- Xochimilco (División del Norte y Xotepingo).
3- Chiconautla (Indios Verdes).
4. Peñón Viejo (Zona Oriente).
5- Diversos manantiales (Cerro del Ajusco).
6- Pozos Municipales (Abastecedores de Pemex).
7- Pozos particulares (Embotelladoras, laboratorios, etc.).

Comisión de Aguas del Valle de México. Cubre el 22 por ciento y tiene ubicadas sus fuentes de abastecimiento en:

1- Pozos del Sur (Tlalpan).
2- Ecatepec (Estado de México).
3- Teoloyucan (Estado de México).
4 - Tláhuac y Netzahualcóyotl.

A través de todo ello, la ciudad recibe actualmente un caudal de 43,000 litros de agua por segundo. **Este volumen, que bastaría para llenar en un día una alberca que tuviera la capacidad del Estadio Azteca en su conjunto, significa un promedio de casi 400 litros diarios por persona, cantidad que cubriría con exceso las necesidades reales.**



...y el agua, desperdiciándose

¿COMO AHORRAR AGUA?

- Observe si su inodoro tiene una fuga. Ponga un colorante en el tanque del mismo, si el colorante aparece en al taza sin que usted haya soltado el agua quiere decir que hay un escape, que debe ser reparado de inmediato.
- Riegue el pasto y las plantas durante los periodos frescos del día. Lo mejor es hacerlo por la mañana temprano, pues ayuda a evitar el crecimiento de hongos.
- Riegue el pasto sólo cuando sea necesario y utilice para ello el agua aprovechable de otros usos.

ASI LE COBRAN EL AGUA

En la ciudad de México, la Tesorería del Distrito Federal es el organismo autorizado para el cobro de este servicio.

Hay dos maneras de cobrarlo:

- **Por cuota fija.-** cuando no se tiene medidor se cobra de acuerdo al diámetro del tubo de entrada.
- **Con medidor.-** De acuerdo al consumo bimestral que señale este aparato, colocado en la toma de agua de su casa.

Algunos medidores tienen 5 carátulas pequeñas. (figura 1).

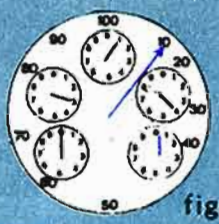


figura 1

Cada carátula tiene una manecilla que marca un número del 0 al 9.

Para calcular los metros cúbicos que se consumen, se forma un número de 4 cifras con un decimal.

La primera cifra será el número que señale la primera manecilla, la segunda la que indique la segunda manecilla y así sucesivamente.

De tal manera que si:

la manecilla 1 marca 0
la manecilla 2 marca 3
la manecilla 3 marca 1
la manecilla 4 marca 4 y
la manecilla 5 marca 0,

la cifra total será 0314.0 que indica los metros cúbicos consumidos. Para calcular lo utilizado en un bimestre, simplemente se resta la lectura anterior de la lectura actual; es decir, que si la última vez el medidor señaló 314.0 metros cúbicos y ahora marca 763.5, el consumo fue de 763.5 menos 314.0, igual a 449.5 metros cúbicos.

Otros medidores marcan directamente la cantidad de metros cúbicos. (figura 2).

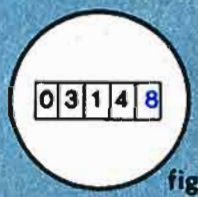


figura 2

TARIFA POR CUOTA FIJA:

Diámetro del tubo de entrada (en mm.)	Bimestral
Hasta 13	200 pesos
Hasta 19	4000
Hasta 26	6000
Hasta 32	9000
Hasta 39	11000
Hasta 51	15000
Hasta 64	27000
Hasta 76	41000
Hasta 102	61000
Hasta 152	82000

TARIFA CON MEDIDOR

Consumo bimestral (en metros cúbicos)	Por cada metro cúbico
Hasta 60	mínima
Hasta 100	1.40 pesos
Hasta 125	2.00
Hasta 150	2.50
Hasta 250	3.50
Hasta 500	4.50
Hasta 1000	8.40
Más de 1000	10.40

Si en un bimestre el consumo de agua es menor de 60 metros cúbicos se cobrará la cuota mínima de 60 pesos bimestrales.

Asimismo, es interesante tener en cuenta que funcionan cuatro plantas recuperadores de agua, ubicadas en la Ciudad Deportiva, en el Restaurante del Lago, en el Balneario de Agua Caliente y en el Gran Canal, respectivamente. Estas plantas no llegan a producir agua potable; su objeto principal es suministrar agua para el riego de las áreas verdes.

Para cumplir su función en relación con el suministro de agua, el DDF debe operar y mantener: 405 kilómetros de acueductos, 53 plantas de rebombeo de agua potable, 37 grandes tanques de regulación , 315 kilómetros de red primaria de distribución y 15,000 kilómetros de redes secundarias, 227 plantas de purificación, realizar anualmente 15,000 análisis bacteriológicos y 500 análisis químicos, 539,000 medidores de agua potable, etc. Además, como consecuencia del aumento de la población y de las necesidades generales, constantemente es preciso abocarse a la construcción de nuevas redes primarias y secundarias de agua potable con obras conexas ineludibles como tanques, plantas de rebombeo, etc. Para todo lo cual existe un plantel de 15,000 trabajadores.

Con vistas al empleo de fuentes sustitutivas, que permitan una racional explotación de la cuenca subterránea, la Comisión de Aguas del Valle de México ha propuesto un plan de largo plazo, para cubrir las necesidades hasta el año 2020, y otro de acción inmediata referido a los requerimientos previstos para 1980. El proyecto comprende la captación de aguas subterráneas de pozos del Estado de México (Teoloyucan, Netzahualcóyotl, Texcoco, Atlamica, Los Reyes, Ecatepec); pozos del Estado de Hidalgo (Tizayuca-Pachuca); aguas superficiales circunvecinas (Río Magdalena, Presa Madín) y el reaprovechamiento del agua residual de las zonas industriales.

La inversión básica del proyecto está calculada en 5,648 millones de pesos, que supone 173 pesos por metro cúbico y 597 pesos por habitante, cifra ésta que seguramente se verá duplicada en su aplicación real, puesto que más de la mitad de los habitantes del DF pertenece a la población económicamente inactiva. Todo este gran esfuerzo social e individual tiene, lamentablemente, la pesada contraparti da del desperdicio.

Las malas costumbres

No todos los pobladores de la ciudad de México desperdician el agua; en realidad, una gran parte carece siquiera de lo mínimo. **Pero entre aquellos que disponen de agua sin limitaciones logran el infeliz récord de despilfarrar más de la tercera parte del volumen total del abastecimiento.** Proporción que se torna aún más significativa si se tiene en cuenta que el volumen disponible podría cubrir las necesidades del doble de la población, con un uso racional del mismo.

Vimos antes que el abastecimiento implica aproximadamente una disponibilidad de 400 litros por habitante; aún suponiendo la existencia de importantes fugas ocasionadas por el mal estado de instalaciones de los sistemas de distribución y de instalaciones domiciliarias, que la reduzcan a 300 litros, se contaría con el doble de la cantidad que el reglamento de Ingeniería Sanitaria prevé para el volumen de los tinacos a instalarse en casas-habitación: 150 litros diarios por habitante.

Existe, indudablemente, un desperdicio inapreciable cuya responsabilidad corre por cuenta de las autoridades, en tanto se refieren o al mal estado de redes y equipos o a la ausencia de una precisa reglamentación en el campo de las instalaciones hidráulicas. Esto último merece especial consideración, ya que si ese vacío no existiera podrían establecerse normas adecuadas en la relación presión hidráulica-sección del orificio interno en las válvulas de la grifería doméstica, y evitar así una causa habitual de pérdida involuntaria; podría también corregirse el caso común de la lejana ubicación física del calentador de agua respecto de las zonas de consumo de agua caliente (regaderas, lavabos, etc.), distancia que hace necesario abrir el grifo y esperar que se desaloje el agua de una larga tubería antes que empiece a circular el agua caliente que se necesita, etc.

Todo ello debe ser solucionado, indudablemente, pero no es tan importante como la modificación de los malos hábitos del consumo. Un estudio llevado a cabo por el INCO en las diferentes zonas de la ciudad permitió no sólo verificar que el desper-

DESPERDICIO DE AGUA POTABLE EN EL VALLE DE MEXICO DETALLE POR ZONA Y RENGLON

Lógicamente, cada estrato social posee normas de conducta peculiares y ello también se manifiesta en el uso del agua potable. No obstante, el desperdicio presenta algunas pautas constantes, en un cuadro global de desperdicio que alcanza un total de 35%. Esas constantes se condensan en tres rubros: aseo personal, aseo de la casa y aseo de los enseres.

	ASEO PERSONAL INGERENCIA	% DEL TOTAL
ZONA NORTE.	14%	
ZONA CENTRO.	37%	
ZONA SUR.	41%	
ZONA OESTE.	8%	47%
ASEO CASA		
ZONA NORTE.	7%	
ZONA CENTRO.	54%	
ZONA SUR.	38%	
ZONA OESTE.	1%	27.4%
ASEO ENSERES		
ZONA NORTE.	15%	
ZONA CENTRO.	42%	
ZONA SUR.	40%	
ZONA OESTE.	1%	25.6%

RECOMENDACIONES

De los 43 m³ de agua por segundo que se suministran a la ciudad, se desperdician 15 m³, es decir, más de la tercera parte.

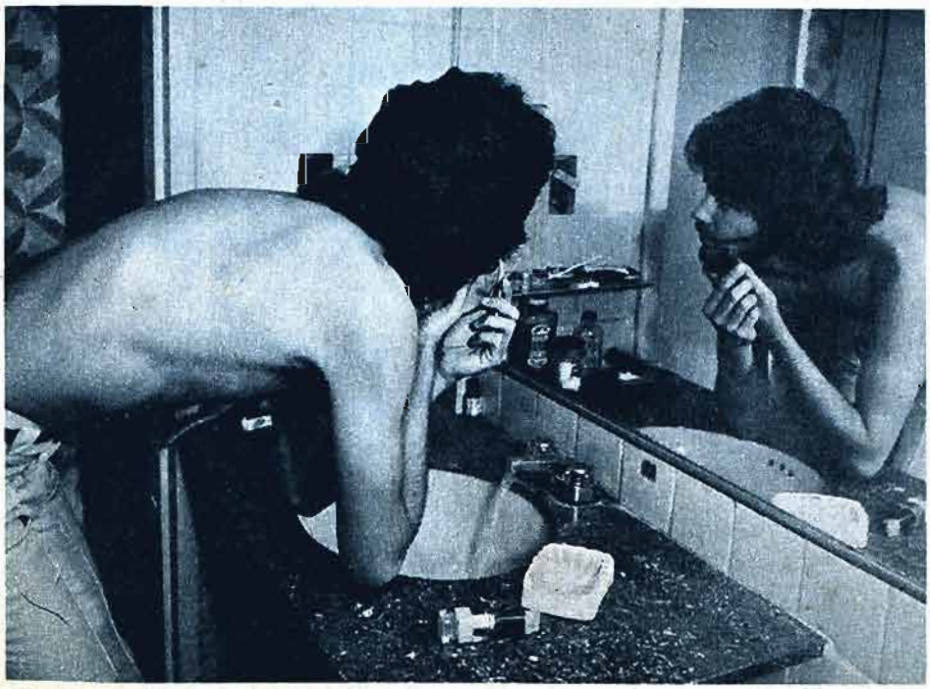
- El mayor desperdicio ocurre en el momento del baño personal; trate que no exceda de 5 minutos; cierre la llave mientras se enjabona; manténgala abierta sólo el tiempo necesario para un humedicimiento previo y el enjuague final.
- Para el aseo bucal es suficiente un vaso lleno de agua; no acostumbre mantener el grifo abierto.
- En el aseo de los trastos enjabone todos los que pueda de una vez, enjuáguelos rápidamente y cierre el grifo hasta tener otro lote listo.
- No lave el automóvil ni con manguera ni a cubetazos; es suficiente con una jerga húmeda.
- No emplee la manguera para la limpieza de pisos y patios; use una cubeta y un trapeador.
- En el lavado de las verduras utilice una pequeña cubeta con agua limpia y un cepillo suave, empleando el grifo abierto sólo para el enjuague final.
- Vigile su medidor de agua. A través de su lectura periódica podrá verificar si en las instalaciones de su vivienda existen fugas no detectadas.
- Recuerde que en las zonas cercanas a la Ciudad Deportiva, al Restaurante del Lago, al Balneario de Agua Caliente y al Gran Canal, las tuberías municipales utilizan agua **no potable** para el riego. ¡Nunca beba esa agua!

dicio global llega al 35 por ciento del agua disponible, sino también a un análisis del origen del mismo, y su valor en cada zona (ver recuadro). Las actividades domésticas que dan lugar al mayor índice de desperdicio son las siguientes:

Baño personal
Lavado de cara y manos
Aseo bucal
Afeitada
Lavado de trastos
Lavado de autos

Casi la mitad del desperdicio total está comprendido por el mal uso del agua en el aseo personal, particularmente en el baño de regadera, cuando se deja correr el agua desaprensivamente —sin buscarle un aprovechamiento posible— hasta que la misma adquiera la temperatura deseada, cuando se abre la llave "a chorro pleno" por el simple gusto de recibirlo sobre el cuerpo, cuando se la deja correr mientras uno se enjabona, etc. Por cierto no se trata de conductas perversas, sino de tradiciones arraigadas inconscientemente; sólo que sus consecuencias son dramáticas, verdaderamente.

Mientras ésta se desperdicia, otros carecen de ella



¿Cuesta mucho cerrar la llave?

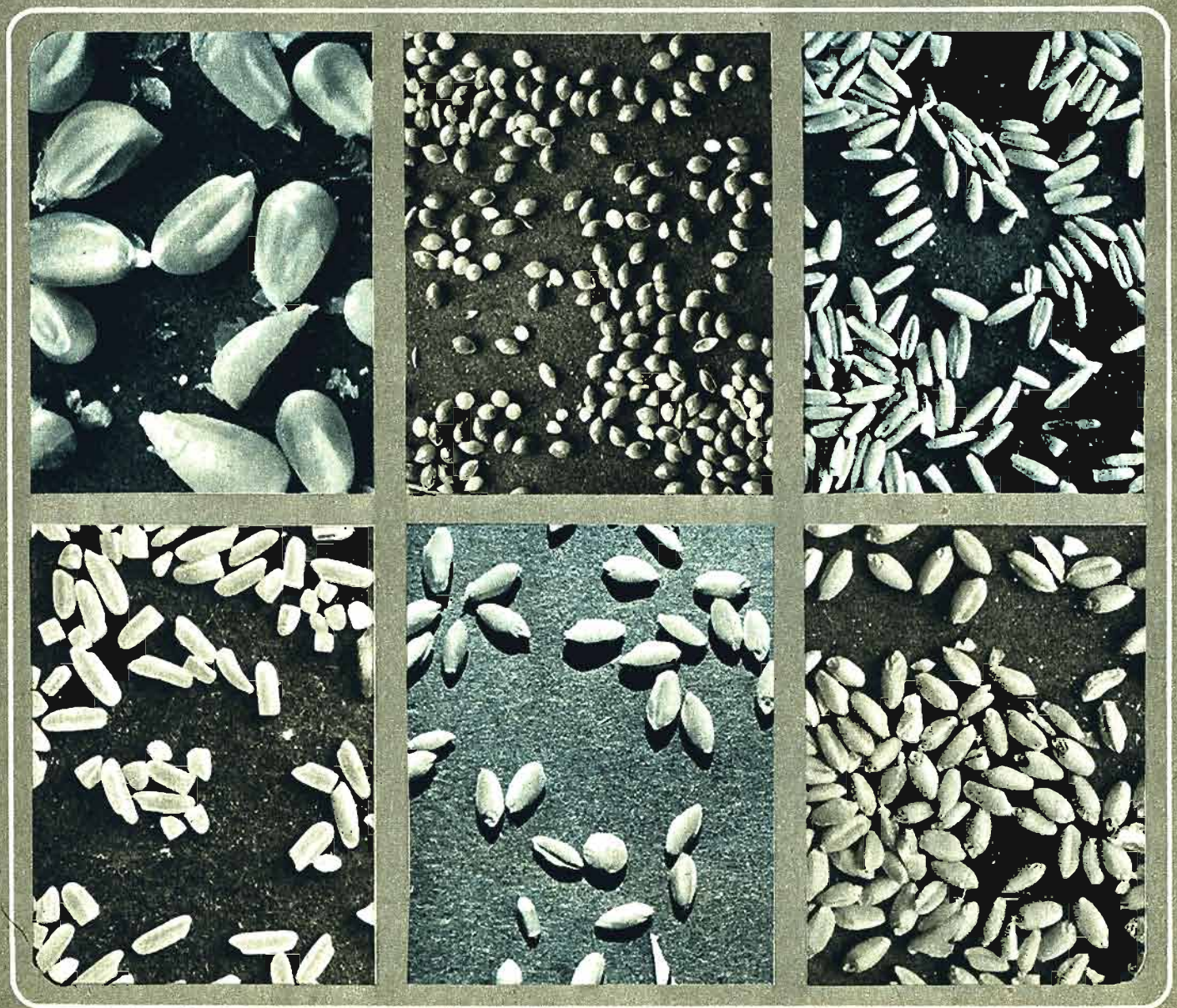
Es el caso también de quien lava su automóvil utilizando una manguera cuando podría bastarse con una jerga y una cubeta, o de quien usa el WC como bote de basura (para echar colillas por ejemplo), sin pensar que cada vez que se opera, el tanque descarga de 20 a 30 litros de agua **potable,** y también lo es de quien no presta atención a un grifo que gotea. Todo ello genera un desperdicio que al fin del día equivale al 35 por ciento del consumo global del hogar y que en la escala del DF es comparable con el agua que requiere todo un estado como el de Puebla.

Por otra parte, no sólo se trata de costumbres firmemente arraigadas, de las que es difícil percibir espontáneamente sus nocivas consecuencias sociales; tampoco las tarifas que se cobran logran actuar como alerta del desperdicio. Pese al último aumento siguen siendo bajas —por cuestiones comprensibles no podrían ser mayores, sin embargo—, y ello facilita que la gente no preste atención al despilfarro en este terreno.

De tal modo, entonces, ningún esfuerzo estatal para encontrar nuevas fuentes acuíferas ni para ampliar el volumen del suministro de agua potable podrá tener real efectividad si correlativamente no se verifica una profunda rectificación de los hábitos de uso en la población. Como en muchas otras cuestiones, también en el caso del agua potable la solución dependerá fundamentalmente de lo que cada uno esté dispuesto a hacer, cobrando conciencia de la realidad y actuando en consecuencia.

El desconocido valor de las semillas

Las ignoradas semillas contienen más atributos de los que pudieran pensarse.



Por lo regular nuestra alimentación incluye carne, leche, huevos, cereales, frutas y verduras, pero hay un elemento que menospreciamos al grado que, en ocasiones, lo tiramos a la basura después de haberlo podido comer.

Se trata de las semillas que se encuentran en algunos de los alimentos que comemos a diario y que contienen una notable cantidad de proteínas.

La riqueza de las semillas se debe a que en ellas está contenido el nacimiento de los futuros árboles, plantas y vegetales.

Además de las proteínas proporcionadas por este olvidado alimento, las semillas tienen un elevado poder terapéutico ya que son fuente abundante de ácidos no grasos, indispensables para conservar la elasticidad de las arterias, la vitalidad del sistema glandular y la integridad del sistema nervioso.

Por si fuera poco, este pequeño alimento es rico en vitamina B, E y F y 20 veces más rico en fósforo que el pescado.

Debido a su baja proporción de sodio, a diferencia de otros alimentos, es ideal para las personas que no pueden comer mucha sal y para quienes tienen padecimientos cardiacos.

La riqueza en calcio es otro de los atributos de las semillas, lo cual tonifica los músculos y fortalece los huesos y los dientes. Como también contienen magnesio son útiles durante el embarazo.

En fin, que sus cualidades nutricionales y terapéuticas son muchas y muy variadas. Las nueces, por ejemplo, contienen cobalto, mineral importante para el buen funcionamiento de la corriente sanguínea y para prevenir la anemia.

En general el exterior de las semillas contiene flúor, uno de los mejores elementos para fortalecer el esmalte de los dientes y el exterior de los huesos.

Cómo comer semillas

Debido a que las semillas son alimentos muy concentrados, conviene ingerirlas en pequeñas cantidades y masticarlas perfectamente para poder digerirlas bien.

Es recomendable, también, remojar las nueces y semillas secas antes de comerlas a fin de que el organismo las asimile sin problemas y, aunque es mejor comerlas crudas, pueden añadirse a los guisos, pasteles, asados u otros alimentos.

Las semillas no combinan bien con las féculas, pero sí con las verduras y las frutas. Es recomendable ingerirlas frescas.

Las características de algunas de las semillas más comunes son las siguientes:

Semilla de manzana

Proporciona vitamina E, útil para el corazón y para la estructura muscular y tiene un alto contenido de fósforo y calcio; sin embargo, resulta peligrosa cuando proviene de huertas fumigadas pues retiene hasta un 75 por ciento de insecticida.

Alfalfa

Es una de las semillas más importantes ya que ninguna otra tiene capacidad para absorber los elementos alcalinos de las células. Es la más rica en contenido mineral pues tiene un valor 10 veces mayor que la mayoría de los granos; contiene magnesio, fósforo, silicio, cloro, aluminio, calcio, azufre, sodio y potasio en las proporciones requeridas por el organismo humano.

Leguminosas

Son los vegetales más comunes del mundo, aunque han sido tan

QUE SON Y COMO HACER LOS GERMINADOS

Cualquier semilla, legumbre o grano crudo y entero se puede germinar, con lo que su valor nutritivo, de por sí alto, se eleva considerablemente.

El germinado es en realidad una semilla que ya ha empezado a producir el alimento necesario para su desarrollo antes de que pueda absorberlo de la tierra, y que ha sido cosechada antes de que se agote esa fuente alimenticia.

Para germinar una semilla de alfalfa hay que seguir los siguientes pasos:

1.- Ponga una cucharada de semillas en un frasco de un litro con cuello ancho.

2.- Cubra la boca del frasco con manta de cielo y una liga.

3.- Cubra las semillas con agua.

4.- Déjelas remojando de 6 a 8 horas.

5.- Quite el agua que ahora contiene vitaminas y minerales; se puede tomar o usar para hacer sopa.

6.- Enjuague las semillas sin sacarlas del frasco.

7.- Sacuda completamente el exceso de agua (los germinados deben estar siempre húmedos pero nunca mojados).

8.- Coloque el frasco inclinado con la boca hacia abajo en un lugar oscuro, fresco y bien ventilado.

9.- Continúe enjuagando y almacenando 2 veces diarias (3 si hace mucho calor) durante 4 días.

10.- El último día ponga el frasco en un lugar con luz natural.

En el caso de las lentejas, el remojo deberá ser de 8 a 12 horas. Si se trata de soya, trigo, maíz, garbanzo, cacahuate, arroz, girasol, cebada, centeno o frijol, el tiempo de remojo será de 12 a 24 horas.

Todos estos germinados se pueden guardar en el refrigerador durante una semana sin que pierdan sus propiedades nutritivas.

modificados por el hombre que se desconoce su forma silvestre primitiva.

Los frijoles suelen comerse en su forma seca o cuando están verdes; algunas variedades se comen con todo y vaina cuando están muy tiernas. Como todas las leguminosas, los frijoles secos cuentan con un 20 por ciento de proteína y un 50 por ciento de carbohidratos. Son ricos en fósforo, magnesio, potasio, hierro y nitrógeno.

Bayas

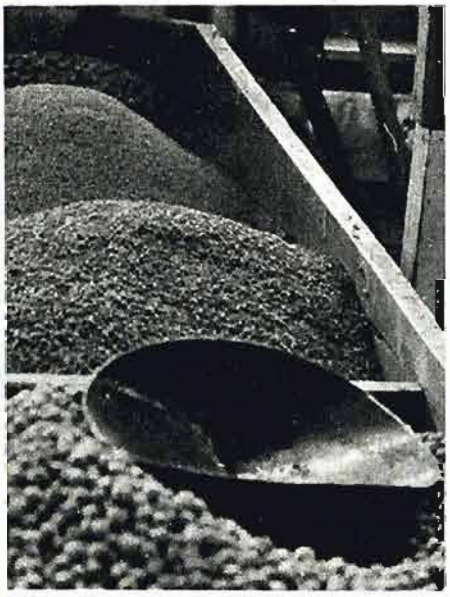
Las bayas como la fresa, frambuesa y zarzamora están cubiertas de semillas que tienen un alto contenido de vitamina F, estimulante natural del intestino. Debido a su bajo contenido de azúcar son indicadas para los diabéticos.

Melón y sandía

Las semillas del melón y la sandía tienen un alto contenido de proteínas por lo que se recomienda, al hacer jugo con estas frutas, incluir las semillas.

Coco

Es una de las semillas más grandes pues el mismo coco es la semilla. Por crecer cerca del mar es rico en minerales. Es un buen depurador corporal y por el balance de sus componentes químicos puede compararse con la leche materna.



Pequeñas, pero nutritivas

Semillas de uva

Son ricas en vitamina A y C, pero para un mejor aprovechamiento por el organismo deben masticarse muy bien.

Lentejas

Proveen al cuerpo de hierro, celulosa y vitamina B además de constituir un valioso complemento proteínico. Deben cocerse para ser digeridas.

Granada

Es una de las frutas con más semillas y muy buena para limpiar los riñones. Sus semillas se pueden aprovechar usando una licuadora, pero debido a su alto contenido de potasio es necesario mezclarla con otro alimento para neutralizar su sabor.

Semillas de calabaza

Se pueden comer frescas o secas y tostadas, conocidas como pepitas. También pueden licuarse para preparar una bebida. Son ricas en vitamina K.

Semillas de girasol

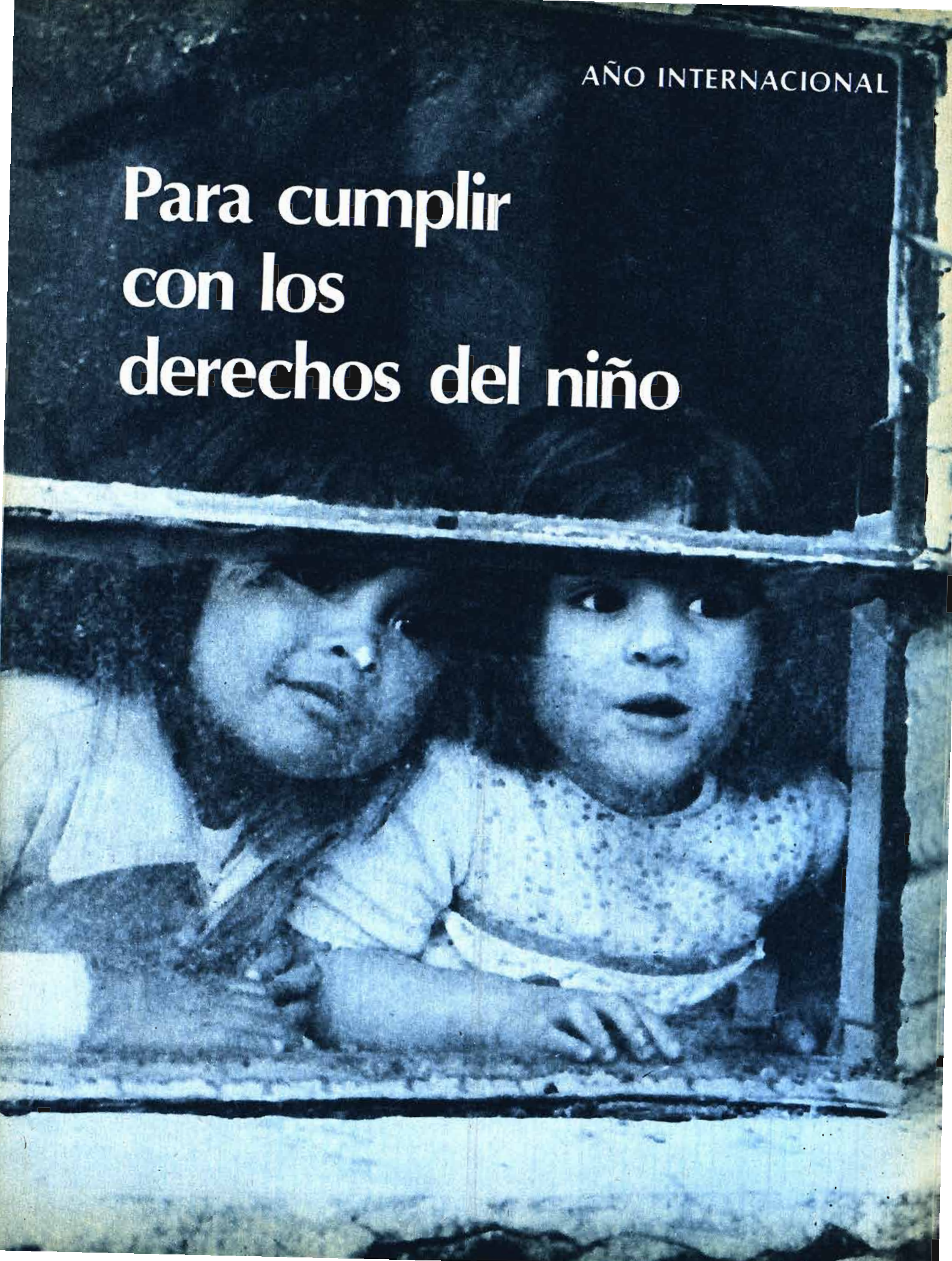
Constituyen una fuente importante de vitaminas y minerales; además son ricas en fósforo, calcio, hierro, flúor, yodo, potasio, magnesio y zinc. Su proporción de tiamina, niacina, vitaminas E y D y de ácidos grasos no saturados es bastante alta.

Jitomate

Contiene gran cantidad de potasio, sodio, cloro, vitaminas A, B y C y rivoflavina. Pero ¡atención!, los jitomates color rosa o rojo pálido, si se cortan por la mitad, mostrarán sus semillas verdes, lo que indica que se cortaron prematuramente y el comerciante los hizo madurar artificialmente.

AÑO INTERNACIONAL

Para cumplir con los derechos del niño



Fue exactamente hace 20 años: en aquel entonces la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó por unanimidad la **Declaración de los Derechos del Niño.**

Ahora, con motivo del vigésimo aniversario de esa Declaración, la ONU ha denominado a 1979 como el Año Internacional del Niño (AIN). Sin embargo, y a diferencia de otros eventos de este tipo, se ha descartado el modelo de una gran conferencia internacional para debatir la temática de la niñez. Por el contrario, el AIN se celebrará aplicando los esfuerzos y recursos de cada nación al desarrollo de actividades en beneficio de los niños de ese país.

La medida es, a todas luces, encomiable. La problemática de la niñez merece —quizás más que ninguna otra— de la puesta en marcha de planes y proyectos concretos. Más allá de los actos oficiales y de las ceremonias solemnes, los niños —en especial los de América Latina— necesitan soluciones urgentes a sus problemas. Porque entre estos problemas se cuentan algunos verdaderamente estremecedores: hambre, desnutrición, analfabetismo.

Precisamente, al anunciar oficialmente el Año Internacional del Niño para 1979, John Charnow —secretario adjunto del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)— destacó que todavía la gran mayoría de los niños en el mundo carecen de los elementos primordiales de vida, tales como alimentos, agua y vestido. "Las necesidades de los niños en los países en vías de desarrollo son inmensas —añadió el funcionario—, y los datos son escalofriantes".

En este sentido, basta mencionar una cifra: en Asia, Afri-

DECLARACION DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

PRINCIPIO 1

El niño disfrutará de todos los derechos enunciados en esta Declaración. Estos derechos serán reconocidos a todos los niños sin excepción alguna ni distinción o discriminación por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento u otra condición, ya sea del propio niño o de su familia.

PRINCIPIO 2

El niño gozará de una protección especial y dispondrá de oportunidades y servicios, dispensado todo ello por la ley y por otros medios, para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente en forma saludable y normal, así como en condiciones de libertad y dignidad. Al promulgar leyes con este fin, la consideración fundamental a que se atenderá será el interés superior del niño.

PRINCIPIO 3

El niño tiene derecho desde su nacimiento a un nombre y a una nacionalidad.

PRINCIPIO 4

El niño debe gozar de los beneficios de la seguridad social. Tendrá derecho a crecer y desarrollarse en buena salud; con este fin deberán proporcionarse, tanto a él como a su madre, cuidados especiales, incluso atención prenatal y postnatal. El niño tendrá derecho a disfrutar de alimentación, vivienda, recreo y servicios médicos adecuados.

PRINCIPIO 5

El niño física o mentalmente impedido o que sufra algún impedimento social debe recibir el tratamiento, la educación y el cuidado especiales que requiera su caso particular.

PRINCIPIO 6

El niño, para el pleno y armonioso desarrollo de su personalidad, necesita amor y comprensión.

Siempre que sea posible, deberá crecer al amparo y bajo la responsabilidad de sus padres y, en todo caso, en un ambiente de afecto y de seguridad moral y material; salvo circunstancias excepcionales, no deberá separarse al niño de corta edad de su madre. La sociedad y las autoridades públicas tendrán la obligación de cuidar especialmente a los niños sin familia o que carezcan de medios adecuados de subsistencia. Para el mantenimiento de los hijos de familias numerosas conviene conceder subsidios estatales o de otra índole.

PRINCIPIO 7

El niño tiene derecho a recibir educación que será gratuita y obligatoria por lo menos en las etapas elementales. Se le dará una educación, que favorezca su cultura general y le permita, en condiciones de igualdad de oportunidades, desarrollar sus aptitudes y su juicio individual, su sentido de responsabilidad moral y social, y llegar a ser un miembro útil de la sociedad. El interés superior del niño debe ser el principio rector de quienes tienen la responsabilidad de su educación y orientación; dicha responsabilidad incumbe, en primer término, a sus padres.

El niño debe disfrutar plenamente de juegos y recreaciones, los cuales deberán estar orientados hacia los fines perseguidos por la educación; la sociedad y las autoridades públicas se esforzarán

ca y América Latina, el índice de mortalidad infantil es 8 veces más grande que en los países desarrollados.

Es en este marco que México se ha plegado con entusiasmo a los objetivos generales del AIN:

• Acrecentar la conciencia de las autoridades y del público acerca de las necesidades especiales de la niñez.

• Promover el reconocimiento de que los programas en beneficio de los niños, deben ser parte integrante de los planes de desarrollo económico y social, con miras a la realización a mediano y a corto plazo, de actividades sostenidas en beneficio de los niños en los planos nacional e internacional.

Para implementar el cumplimiento de estos objetivos, el Ejecutivo Federal dispuso la creación de la Comisión Nacional para el AIN, presidida por la señora Carmen Romano de López Portillo e integrada por representantes de 9 Secretarías de Estado, otras 13 dependencias del Poder Ejecutivo, las representaciones de las Cámaras de Senadores y de Diputados, la Suprema Corte de Justicia y dos instituciones privadas. Como Coordinador General de la Comisión, fue designado el licenciado Marco Vinicio Martínez Guerrero, actual Director General del DIF.

De acuerdo con la metodología establecida, la Comisión Nacional trabajará sobre 9 Areas Programáticas, respecto de las cuales se está poniendo en marcha un conjunto de 24 programas y más de 70 proyectos. Todos, de una u otra forma, persiguen la misma meta: que los Derechos del Niño se cumplan—así lo reclama no sólo la niñez mexicana, sino la del mundo entero.

por promover el goce de este derecho.

PRINCIPIO 8

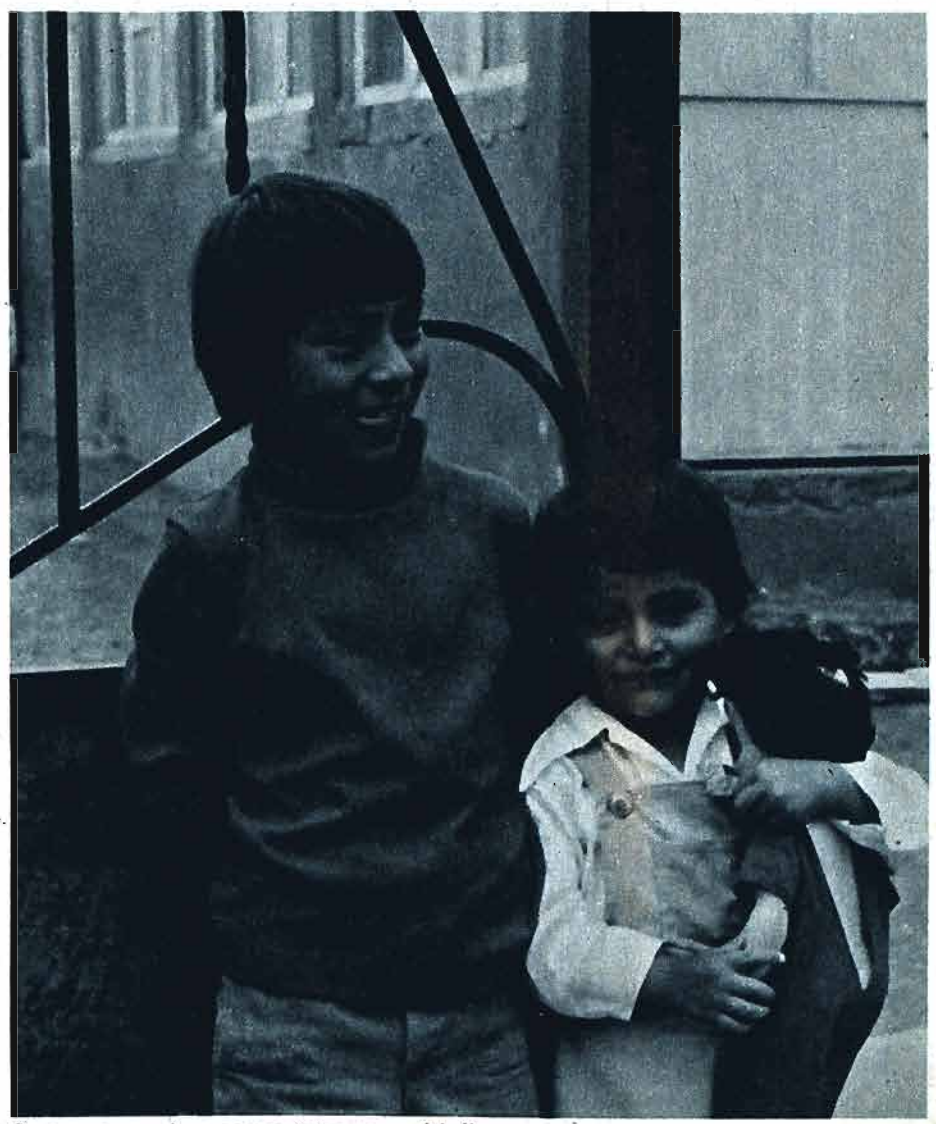
El niño debe, en todas las circunstancias, figurar entre los primeros que reciban protección y socorro.

PRINCIPIO 9

El niño debe ser protegido contra toda forma de abandono, crueldad y explotación. No será objeto de ningún tipo de trata.
No deberá permitirse al niño trabajar antes de una edad mínima adecuada; en ningún caso se le dedicará ni se le permitirá que se dedique a ocupación o empleo alguno que pueda perjudicar su salud o su educación o impedir su desarrollo físico, mental o moral.

PRINCIPIO 10

El niño debe ser protegido contra las prácticas que puedan fomentar la discriminación racial, religiosa o de cualquiera otra índole. Debe ser educado en un espíritu de comprensión, tolerancia, amistad entre los pueblos, paz y fraternidad universal, y con plena conciencia de que debe consagrar sus energías y aptitudes al servicio de sus semejantes.



Para que sonrisas como éstas se multipliquen

CON SUMO CUIDADO

¡ES TAN FACIL ADQUIRIR UN CLAXON "SONORO" Y UN ESCAPE RUIDOSO! EL UNICO REQUISITO ES: SER UN PERFECTO ESTUPIDO.

ENDÉMICA

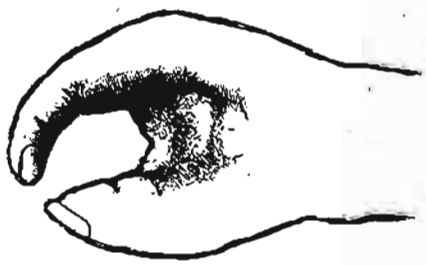
De las múltiples enfermedades que atacan a la economía del consumo es la MONOPOLIOmielitis la más temible. Los síntomas de esta enfermedad son bastante directos para atacar al organismo, dichos síntomas son: parte de uno o varios focos infecciosos: parálisis progresiva que se va extendiendo por la zona económica dañada, quedando paulatinamente inhibida la actividad motriz de equilibrio y de desarrollo.

Esta grave enfermedad puede combatirse eliminando los primeros brotes con dosis de millones de unidades de honradez suministradas en supositorios. Pero la frecuente presencia de unos quistes cuyo nombre es: "intereses creados" dificultan el tratamiento pues no pueden extirparse con facilidad y su inflamación es constante.

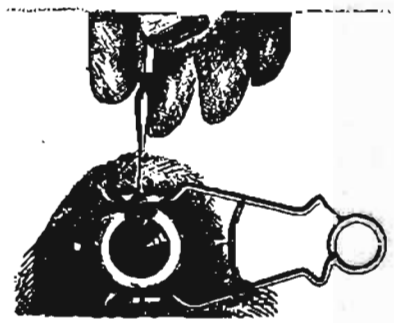
Hay que permanecer en estado de alerta y combatir el virus a costa de que el organismo entero se convulsione.

Debemos tener presente que lo que hay que hacer para curar un organismo económico enfermo es mejorar su estado general antes que nada.

BIENES PARA MALES

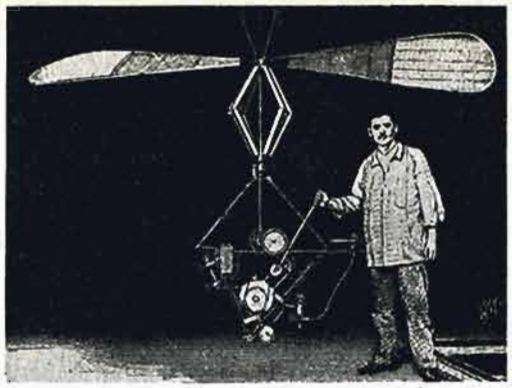


Deformación congénita de la mano recomendable para los que acostumbran a pedir prestado.



Novísimo sistema para abrir los ojos a la machacona realidad cotidiana.

cosas de altura...



El señor Eliseo Volátil muestra su prodigioso invento para trasnportación aérea, (inclusive para atravesar el atlántico sin ninguna dificultad). Aprovechando eso de las constantes huelgas de personal en materia del aire, dicho Sr. se dispuso a comercializarlo, pero cuando don Eliso (como le dicen sus amigos) se disponía a fabricar en masa su vehículo sos obreros se pusieron en huelga demandando alza de salarios.

PORFIADA

–¿Puede Ud. decirme qué es lo que señala con gesto fijo?

–Indico el sendero del desarrollismo, que nos llevará al incremento de la renta "per cápita".

–Mire eso de la capita me interesa y si es de visón pos' más, porque a como vienen los frios. ¿Puedo desarrollarme también?

–Tal vez, pero todo depende de su idiosincracia.

–¿Y qué es lo que Ud. entiende por idiosincracia, picaruelo?

–Lo mismo que todos: la índole del temperamento de cada individuo.

–Bueno, pero yo soy una individua.

–Créame que ya lo había notado. La individualidad no depende del sexo, sino que es característico de cada ser organizado, ya sea vegetal o animal.

–Eso de animal lo será Ud.

–Mire preciosa, para empezar, su individualidad ni siquiera está enterada debidamente sobre la flexibilidad que aportan las bandas de fluctuación en los ajustes graduales de los tipos de cambios.

–Bien, bien, pero eso me lo puede decir en otras palabras.

–¿Y qué sabe Ud. acaso de la baja del dólar y del alza de la moneda centenaria?

–¿Centenaria? ¡Su abuela, viejo grosero!

fabulilla (cierta)

Un pobrísimo muy paupérrimo toca en casa de un avaro para tratar de tocarle el corazón, pero el avaro se niega a darle de comer como era la pretensión del pobretón.

El falto de recursos le presume al tacaño que sabe la forma de preparar una rica sopa con agua y piedras.

El mísero se entusiasma con la idea e invita a pasar a nuestro héroe para que se lo demuestre, y el pobrecillo pone sus ingredientes a hervir y lanza algunas palabras mágicas.

—¿No falta nada? —interroga el miserable.

—Sí— responde el otro —, porque si le ponemos un poco de verduras la sopita sabrá mejor.

En seguida el avaro le da al pobre lo solicitado.

—¿Y ahora?

—Está bien, pero si le agregamos un pedazo de carne de puerco con un hueso, el guiso, hmmmm, se enriquece.

Y así el "poor" le sigue poniendo elementos y condimentos al guiso, el cual al terminarse de cocer fue ávidamente devorado por nuestros personajes hasta satisfacerse, y así el avariento quedó encantado por haber aprendido el secreto de la sopa de piedras.

Un buen día el vagabundo se decidió a dejar de deambular y se propuso industrializar su invento y armó una fábrica de sopa de piedras.

Pero en vez de usar piedras, las cuales serían difíciles de envasar, mezcló colorantes y saborizantes artificiales, sal, glutamatos, conservadores adicionados, almidón y una pizca de esencias no naturales, naturalmente. Luego metió los polvos obtenidos en unos paquetitos en cuyo reverso iba impresa la receta:

"Para obtener una sopa deliciosa ponga a hervir un litro de agua y disuelva el contenido del sobre, removiendo bien. Para mejorar el sabor de la sopa se recomienda agregar verduras, mantequilla, jamón, un hueso, chorizo etc...

...Y así el menesteroso se hizo multimillonario, y colorín colorado...

Aún es tiempo de

Probablemente alguno o algunos de los artículos que recibió o regaló con motivo de Navidad, hayan sufrido un desperfecto, o le hayan aparecido defectos que antes pasaron desapercibidos. Si es así, todavía es tiempo de hacer las reclamaciones necesarias para que los reparen sin costo, los cambien o le devuelvan su dinero, ya que la Ley Federal de Protección al Consumidor tiene previstos estos casos y otros similares para que usted no salga perjudicado.

¿Cuántas veces al llegar a una tienda se ha encontrado con el letrero: **"Salida la mercancía no se admiten devoluciones"**?

En otros casos la leyenda expresa: **"Después de 3 días no se aceptan reclamaciones".**

Sin embargo, este tipo de avisos carece de fundamento. Si el comerciante quisiera llevarlo a la práctica, estaría violando la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Por eso, conviene estar al tanto de lo que dice la Ley, y ampararse en ella cuantas veces sea necesario.

Es indispensable:

● Que usted conserve su nota de compra, y la garantía. De otro modo, no podrá efectuar reclamaciones.—

Usted tiene 10 días para reclamar:

● Si el artículo que adquirió no tiene el contenido neto que señala el envase o empaque, o bien, si el instrumento de medición es utilizado en su perjuicio. (Artículo 32)

Este es el caso típico del kilo de frijol de 800 gramos o del paquete inflado de cereal, que contiene 280 gramos a pesar de que el envase dice contener 350.

En estas condiciones el proveedor deberá satisfacer la reclamación antes de 15 días.

Usted tiene 30 días para reclamar:

● Si el aparato que llevó a componer es devuelto en peores condiciones a causa de la supuesta reparación; igualmente, si lleva a componer un televisor porque se le desvanece la imagen y se lo entregan sin sonido; o si el servicio de lavado y engrasado le ocasiona desperfectos a su automóvil. Por eso el letrero que tienen algunos talleres mecánicos: **"No respondemos por fallas mecánicas o eléctricas ocasionadas por el servicio"** está fuera de la Ley.

● En caso de que la reparación esté mal hecha, el prestador del servicio deberá realizarla nuevamente sin costo adicional y en el plazo estricta-

hacer devoluciones

mente necesario. Más aún, en este caso usted puede alquilar un aparato igual al que no le repararon bien y el prestador del servicio estará obligado a pagar la renta mientras no le devuelva su aparato perfectamente arreglado. (Artículo 40)

Usted tiene 2 meses para reclamar:

● Cuando los productos sujetos a normas de calidad de cumplimiento obligatorio, o que ostenten la contraseña oficial de conformidad con ella, no cumplan las especificaciones correspondientes.

● Cuando los materiales, elementos, sustancias o ingredientes que constituyan o integren los productos no correspondan a las especificaciones que ostenten.

● Cuando la ley de los metales de los artículos de joyería u orfebrería sea inferior a la que en ellos se indique.

● Cuando el producto se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del lapso de ella, se pusiera de manifiesto la deficiencia de la cualidad o propiedad garantizada, siempre que se hubiera utilizado en condiciones normales.

● Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado.

● Cuando proveedor y consumidor hubiesen convenido que los productos objeto de la operación debieran reunir determinadas especificaciones que no se cumplieran.

● Cuando se dé cualesquiera de estas circunstancias, usted tendrá derecho a recibir una indemnización por daños y perjuicios ocasionados. (Artículo 34)

Usted tiene 6 meses para reclamar:

● Si al producto que compró le descubre defectos que impidan su uso normal.

En este caso usted puede pedir la reducción del precio del producto o cancelar la operación, además de exigir indemnización por daños y perjuicios. (Artículo 31)

Usted tiene un año para reclamar:

● Si le cobraron un precio mayor al oficial o al legalmente autorizado. En este caso el proveedor está obligado a devolverle la cantidad pagada en exceso, antes de 5 días hábiles.

● También tiene un año para reclamar la indemnización si el prestador de un servicio de limpieza, reparación o acondicionamiento perdió o dejó inservible el artículo que usted esperaba recibir en mejores condiciones después del servicio. (Artículo 30)

Pero recuerde que si el artículo que compró está debidamente garantizado por un plazo mayor al que se indica en los casos anteriores, se deberá respetar ese plazo.

USTED NO PUEDE RECLAMAR:

—Si ya se venció el plazo correspondiente.

—Si no tiene la nota que indique el lugar donde compró el artículo en cuestión y su descripción.

—Si el artículo ha sido maltratado, utilizado con descuido o usado en condiciones distintas a las normales.

El Consumidor en el Mundo

Televisores vs. libros

No obstante el desarrollo que ha alcanzado la televisión, principalmente en los Estados Unidos, el gusto por la lectura continúa.

Durante 1977 se vendieron 550 millones de libros en el país del norte y, según una encuesta del Instituto de Opinión Pública de Yankelovich, el 55 por ciento de los norteamericanos lee libros con regularidad, el 39 por ciento compra revistas cada semana y el 67 por ciento considera al periódico como su principal medio de información. Además, uno de cada diez lee cualquier cosa antes de dormir.

La encuesta dividió a los estadounidenses en tres tipos:

—Los que nunca leen, que además ven televisión 25 horas a la semana. Son únicamente un 6 por ciento pero declaran que aunque no tuvieran televisión tampoco leerían.

—Los que leen 6 libros al año, revistas cada semana y periódicos todos los días. Son la gran mayoría y en una semana ven 15 horas de televisión.

—El último grupo es quien más ha contribuido a gastar mil 600 millones de dólares en compra de libros durante 1977. Para 1978 se calcula que la cifra llegó a los mil 800 millones. Lo componen quienes leen 50 libros cada 6 meses, varias revistas a la semana y más de un periódico diariamente. Representan un 10 por ciento de la población y, por si fuera poco, se dan tiempo para ver más de dos horas diarias la televisión.

La razón de este incremento en la lectura es atribuida, en parte, a la proliferación que en los últimos dos años ha tenido un nuevo tipo de librerías instaladas en casi todas las ciudades de la Unión Americana por cadenas comerciales dedicadas a este negocio.

Las nuevas tiendas, que prácticamente son supermercados de libros, ofrecen descuentos hasta de un 40 por ciento en ejemplares recientes.

Los buenos resultados alcanzados se basan en medir por computadora el éxito de cada libro y en una enorme publicidad a través de prensa y televisión.

Recientemente fue inaugurada en la Quinta Avenida la mayor librería del mundo; cuenta con 125 departamentos especializados y ofrece a la venta 100 mil obras literarias distintas.

El talco puede ser peligroso

El talco, elemento casi imprescindible para la higiene, puede resultar un peligro para las vías respiratorias.

Lo anterior fue descubierto por una paciente de 29 años que se presentó en el Hospital de Brockton, Massachusetts, con una avanzada deficiencia respiratoria. Los médicos ignoraban la causa del mal hasta que le fue practicado un análisis del pulmón y descubrieron extrañas partículas minerales que posteriormente fueron identificadas como talco, exactamente el mismo que la paciente había usado durante años.

El peligro del talco es que, si se utiliza cerca de la nariz, pequeñas partículas de mineral se introducen en las fosas nasales y llegan a los pulmones, los que al no contar con mecanismos para desecharlas las rodean con una sustancia proteica que se acumula e impide su funcionamiento natural.

Estos descubrimientos se deben al doctor en geoquímica Leopoldo López, quien trabaja en el departamento de geología de la Universidad de Chile. Actualmente, el doctor ha iniciado una "Investigación de partículas de origen mineral en tejido pulmonar", la cual tendrá un costo aproximado de 10 mil dólares.

Es que también los mineros, y en general todos aquellos trabajadores que inhalan partículas de mineral, están expuestos a contraer enfermedades pulmonares que van desde insuficiencias respiratorias hasta cáncer pulmonar o mesotelioma.

Pero lo más grave, debido a la enorme cantidad de personas

que están expuestas a él, es el daño que puede causar el talco, sobre todo después de usarlo 20 ó 30 años. Sin embargo los especialistas han manifestado que puede evitarse si se utiliza correctamente este polvo, lejos de la nariz y en habitaciones donde no haya niños.

La bicicleta gana adeptos

Para muchos alemanes, entre los que se cuentan científicos, médicos, defensores del medio ambiente y hasta políticos, la bicicleta será el vehículo ideal en el futuro dado su ahorro de energía y su funcionamiento libre de contaminación.

Sin embargo, la ayuda que actualmente se ofrece a los 30 millones de alemanes aficionados al pedal es mínima, ya que cuentan con sólo 18 mil kilómetros de pistas, insuficientes para brindar un tráfico eficaz y seguro.

Quienes defienden a la bicicleta contra el automóvil arguyen que con lo que cuesta construir 2 kilómetros de autopista (8 millones de dólares) se podría construir una red de ciclopistas suficiente para todo el territorio alemán y anhelan seguir el ejemplo de países como Japón, Suecia y Holanda quienes han conseguido incrementar el tráfico de bicicleta en un 25 por ciento y disminuir el del automóvil en un 20 por ciento.

¡SUSCRIBASE HOY MISMO!

• *La Revista del Consumidor le da los mejores consejos para comprar mejor*

• *Le abre los ojos, le ahorra dinero, le evita problemas y sorpresas desagradables*

100 pesos (los 12 números) Y le puede ahorrar...miles

revista del
consumidor

Envíe la cantidad de $ 100.00 M.N. (Cien pesos 00/100) en cheque o giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor por concepto de suscripción anual (doce números) a Insurgentes Sur No. 1871-3er. piso, Departamento de Difusión, México 20, D.F.

Nombre_____

Dirección_____ Tel:_____

Ciudad_____ Z.P._____

Recorte este cupón

Dóblese y péguese aquí

CORRESPONDENCIA
CON DERECHOS POR COBRAR
Solamente en el Servicio Nacional

Primera Clase
Permiso
Postal
No. 3093

El porte será pagado por:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CON CARGO ADMINISTRACION No. 20
México 20, D.F.

Hágalo usted mismo

Muebles brillantes por poco dinero

El cuidado de los muebles no es cosa fácil. Según la publicidad, conseguir un brillo perfecto requiere estudios sofisticados, que solamente los productos del mercado pueden proporcionar. Así, el ama de casa podrá "brillar" tanto como sus muebles, gracias a unos cuantos pesos que siempre se pueden sacar del vapuleado presupuesto.

Pero si uno se pone a estudiar los numerosos productos que para la limpieza y conservación de la madera nos presenta la mencionada publicidad, podrá llegar a la conclusión de que todos tienen algo en común: son demasiado caros.

Por otra parte, quienes más saben de muebles —los barnizadores— suelen usar fórmulas caseras, que son tan baratas como eficaces.

De todas estas fórmulas, hay una que parece ser la mejor, o, por lo menos, la preferida por la mayoría, y que no puede ser más simple: consiste en una mezcla, al 75 por 100 de aguarrás y 25 por 100 de aceite de linaza. Si los muebles son oscuros o se quieren oscurecer, se agrega un chorrito de nogalina. Se humedece una franela con este líquido y con ella se frotan los muebles.

* * *

MAS "RECETAS"

Existen otras muchas recetas, de entre las que hemos seleccionado algunas:

1a.:

Aceite de linaza	300 gramos
Acido clorhídrico	30 gramos
Clara de huevo	1 unidad

Se agita fuertemente y se aplica con un trapo. Después se seca con un paño suave.

2a..

Aceite de oliva	2 partes
Aguarrás	1 parte

Se aplica como la anterior. Tiene el inconveniente de que el aceite de oliva no se seca tan bien como el de linaza.

3a.:

Aceite de linaza	1 parte
Alcohol industrial	1 parte

Todas éstas son fórmulas simples y fáciles de preparar. Sus componentes se encuentran sin dificultad en las buenas droguerías.

Los muebles dorados requieren un cuidado especial: se limpian con una clara de huevo batida, que se aplica con un pincel. Una vez seca, se frota con una gamuza. Para obtener mejores resultados, puede añadirse a la clara un chorrito de vinagre blanco. Si la suciedad está muy adherida, se quita frotando cuidadosamente con un paño humedecido en alcohol industrial.

No es conveniente mojar los muebles ni encerarlos con frecuencia, y cuando la suciedad no es más que polvo, es mejor dejarse de "inventos" y limitarse a pasar una franela seca.

Estimados señores:

Tengo a mis hijos en el Colegio Walden Dos y hace algunos días recibí una circular que pienso será de interés para los lectores de su revista.

Esta circular, que recibimos todos los padres de familia, la considero un ejemplo de cómo han de tomarse las festividades navideñas, sin celebraciones que ocasionan fuertes gastos y sin costumbres meramente consumistas.

A continuación me permito transcribirles el contenido de la circular:

"Estimados padres de familia:

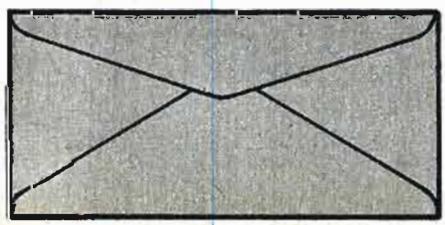
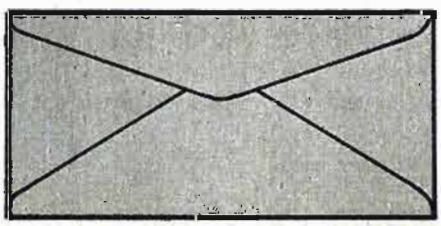
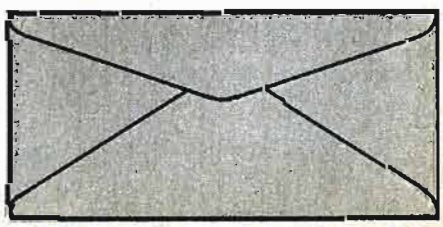
Como en años anteriores y con motivo de las fiestas navideñas que se aproximan, queremos expresarles el criterio del Colegio WALDEN DOS en lo que se refiere a esta celebración y sus consecuencias.

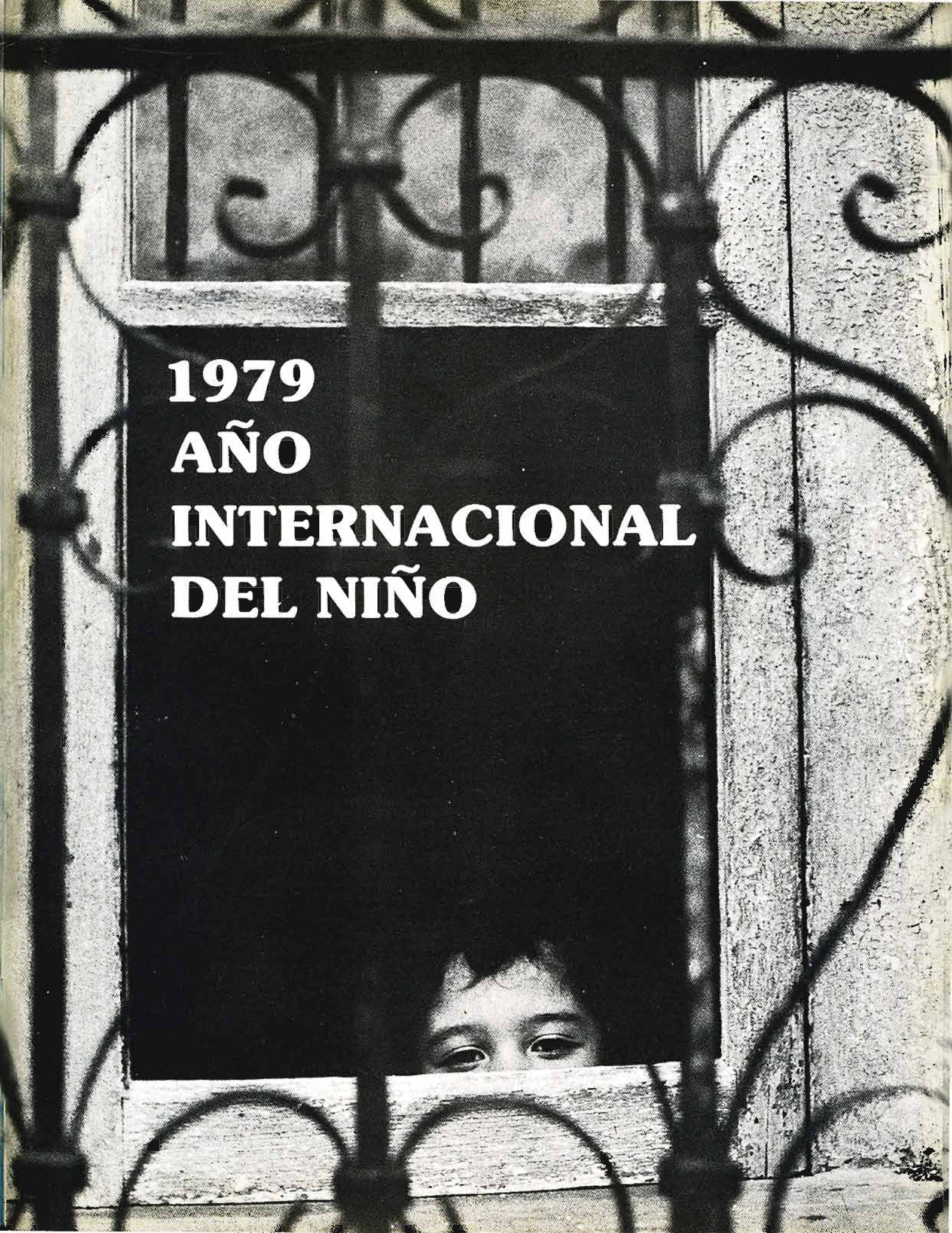
El criterio de la escuela se expresa tomando en cuenta primeramente el respeto que los padres de familia nos merecen en lo que respecta a criterios familiares acerca de estas fechas; sin embargo, en lo que al colegio se refiere, consideramos a las fiestas navideñas como una celebración de carácter básicamente religioso y que tiene como propósito una celebración privada y familiar aunque tomando en cuenta el ambiente social que a estas fiestas rodea. Fiestas y celebraciones que por desgracia se han convertido en un motivo de comercio irracional y de compromisos innecesarios. Por lo anterior el colegio ha considerado conveniente cancelar los intercambios de regalos entre alumnos y maestros y suspender cualquier posibilidad de bazares, posadas o cosas semejantes que tengan como motivo factores económicos. La escuela se encargará de celebrar a los niños y maestros de manera conveniente y de sensibilizar a los alumnos sobre el contenido y significación de estas fechas".

Ojalá y que este ejemplo lo siguieran las demás instituciones educativas que, en muchos casos, en vez de educar a los alumnos acerca del significado real de estas fechas, refuerzan las actitudes consumistas y comerciales que promueven los publicistas y comerciantes.

Agradezco se sirvan publicar estos comentarios y me despido.

Marta Mercín
Revolución 138



1979 AÑO INTERNACIONAL DEL NIÑO

¿nomás porque sí?

"Con permisito, si me hacen un huequito, nos damos un premio con Pingüinos Marinela".

"Un premio... ¿ahorita?"

"¡Sale!"

"Con Pingüinos Marinela date un premio nomás porque sí".

El mensaje está claro y muchos niños pueden caer en sus redes. Pero ¿usted piensa, realmente, que el consumo de este tipo de "antojitos" aporta algo a la salud de sus hijos? El estudio realizado por el INCO le da la respuesta. Léalo en este mismo número y no permita la manipulación de los gustos infantiles "nomás porque sí".